

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
VIEŠOJO VALDYMO IR VERSLO FAKULTETAS

MARTYNAS KLIAUGA

**SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESTIS IR JO
ADMINISTRAVIMAS**

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas:

Dr. Irmantas Rotomskis

VILNIUS, 2023

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
VIEŠOJO VALDYMO IR VERSLO FAKULTETAS

SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESTIS IR JO
ADMINISTRAVIMAS

Elektroninio verslo vadybos magistro baigiamasis darbas

Studijų programa 6211LX064

Konsultantas

Recenzentas

Vadovas

Dr. Irmantas Rotomskis

Atliko

EVVvmns21-1 gr. stud.

Martynas Kliauga

VILNIUS, 2023

TURINYS

LENTELĖS.....	4
PAVEIKSLAI.....	5
ĮVADAS.....	6
1. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO TEORINĖS IR PRAKTINĖS IŽVALGOS.....	9
1.1. Skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo poreikis	9
1.2. Skaitmeninių paslaugų mokesčio koncepcija.....	14
1.3. Skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinė analizė	19
1.4. Skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizė	25
2. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO LIETUVOJE TYRIMO METODOLOGIJA.....	33
2.1. Tyrimo koncepcija.....	33
2.2. Tyrimo metodai.....	35
2.3. Tyrimo instrumentas.....	36
2.4. Tyrimo imtis ir organizavimas.....	37
3. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO LIETUVOJE TYRIMO REZULTATAI.....	39
3.1. Teisinės bazės, sudarančios prielaidas reglamentuoti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizė	39
3.2. Ekspertų požiūrio į skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje analizė	42
3.3. Tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis.....	56
3.4. Tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija	61
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS.....	65
LITERATŪRA.....	68
ANOTACIJA	73
ANNOTATION	73
SANTRAUKA	74
SUMMARY	75
1 priedas. Interviu klausimynas.....	76
2 priedas. Interviu protokolai	77

LENTELĖS

1 lentelė. Pramoninės ir skaitmeninės ekonomikos verslo modelių skirtumai.....	17
2 lentelė. Skaitmeninių paslaugų / produktų mokesčiai Europos šalyse.....	29
3 lentelė. Interviu klausimyno turinio pagrindimas.....	35
4 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikis.....	42
5 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinis reglamentavimas ir administravimas.....	44
6 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sritys ir apmokestinama veikla.....	47
7 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas, pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos.....	49
8 lentelė. Kategorija: užsienio šalys kaip pavyzdys Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį.....	51
9 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio nauda ir pasekmės Lietuvai.....	52
10 lentelė. Tikėtinas dydis mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo Lietuvoje.....	56
11 lentelė. Planuojamų pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo Lietuvoje palyginimas su kitų Europos šalių patirtimi.....	58

PAVEIKSLAI

1 pav. Vidutinis efektyvus mokesčio tarifas ES valstybėse narėse.....	13
2 pav. Skaitmeninio verslo subjektų pelno apmokestinimo objektai.....	23
3 pav. Skaitmeninio paslaugų mokesčio apmokestinimo objektai.....	23
4 pav. Skaitmeninio paslaugų mokesčio paplitimas Europoje.....	28
5 pav. Tyrimo koncepcijos schema.....	33

IVADAS

Mokslinis tyrimo aktualumas. Skaitmeninio verslo apmokestinimas yra šiuo metu itin aktuali tema, nes skaitmeninio verslo modeliai skiriasi nuo tradicinių modelių (Mehta, 2022; Vaska et al., 2021; Hak et al., 2021a ir b; Watson et al., 2014; Burinskienė ir Daškevič, 2013), kur komerciniai mainai ir vertės generavimas grindžiamas fizine sąveika, o skaitmeniniame pasaulyje vertė kuriama per atstumą, virtualioje erdvėje. Tai lemia mokesčių disbalansą tarp skaitmeninio ir tradicinio verslo modelių. Pastariems verslo modeliams paprastai tenka didesnė mokesčių našta.

Įvairių šalių elektroninėje erdvėje yra teikiamos skaitmeninės paslaugos, kurių naudotojai generuoja vertę. Teisės aktuose bei dokumentuose (pavyzdžiui, ES direktyvose, EBPO ataskaitose) ir moksliniuose šaltiniuose keliama opūs ir aktualūs klausimai – kurioje šalyje skaitmeninio verslo įmonė turėtų mokėti mokesčius už toje šalyje naudotojų sukurtą vertę ir kas turėtų būti apmokestinimo objektu – pajamos, pelnas ir pan. (Sidik, 2022; Juswanto & Abiyunus, 2022; Mehta, 2022; Bankole & Adetoro, 2022; Onuoha & Gillwald, 2022; Hak et al., 2021a ir b; Asen, Bunn, 2021; Bunn, Asen, Enache, 2020; Kotina, Stepura, Polyvana, 2020; Hlaciuc, 2019; Koroleva, 2019; Alfandia, 2019; ir kt.). Juswanto ir Abiyunus (2022) reziumuoja, kad dabartinė pajamų mokesčio sistema pasaulyje nesuteikia rinkos šalims teisės apmokestinti užsienio įmonių, jei jos fiziškai nedalyvauja konkrečioje šalyje.

Pasaulinių skaitmeninių paslaugų ir elektroninės prekybos plėtra ir spartėjimas atskleidė pasenusį daugelio mokesčių režimų visame pasaulyje pobūdį. Dėl prarastų galimų valstybių pajamų, ypač atsižvelgiant į ekonomikos atstatymo poreikį po COVID-19 pandemijos, tapo dar labiau aktualu atnaujinti mokesčių sistemą, kad būtų galima išspręsti vis globalesnį ir sudėtingesnį iššūkį, susijusį su skaitmeninių paslaugų apmokestinimu (Onuoha & Gillwald, 2022).

COVID-19 pandemija aktualizavo skaitmeninės ekonomikos apmokestinimo svarbą. Viena vertus, pandemija padidino skaitmeninių prekių ir paslaugų vartojimą. Kita vertus, vyriausybės, ypač besivystančiose šalyse, stengiasi įvykdyti savo suplanuotus biudžetus. Skaitmeninių paslaugų mokestis tapo vienu iš galimų biudžetinių pajamų šaltinių (Juswanto & Abiyunus, 2022).

Akivaizdu, kad dabartinės įmonių apmokestinimo taisyklės daugiausia buvo sukurtos XX amžiuje ir buvo skirtos tradicinėms įmonėms. Jos pagrįstos idėja, kad apmokestinimas turi vykti ten, kur sukuriama vertė. Tačiau dabartinių taisyklių taikymas skaitmeninei ekonomikai lemia neatitikimą tarp pelno apmokestinimo vietos ir vietos, kurioje sukuriama vertė, ypač verslo modelių, labai priklausomų nuo vartotojų dalyvavimo, atveju. Todėl tapo akivaizdu, kad dabartinės pelno mokesčio taisyklės dėl skaitmeninės ekonomikos pelno apmokestinimo yra netinkamos ir turi būti persvarstytos (Hak et al., 2021b). Pastaruoju metu, kaip neabejoja Köthenbürger (2020), kylantis informacinių technologijų gigantų, tokių kaip „Google“, „YouTube“ ir „Facebook“, atsiradimas ir plėtra sukuria

didelę pridėtinę vertę, iš kurios gaunamos reklamos bei tarpininkavimo pajamos. Platformų reklamos bei tarpininkavimo pajamos laikui bėgant nepaprastai išaugo, tačiau daugiausia pranešama apie mažus šių informacinių technologijų gigantų mokamus mokesčius įvairiose šalyse. Tai paskatino diskusijas, kaip tarptautiniu mastu veikiančios skaitmeninės įmonės turėtų būti sąžiningai ir tinkamai apmokestinamos.

Anot Korolevos (2019), skaitmeninių įmonių kaip virtualių paslaugų teikėjų apmokestinimo reforma, atsižvelgiant į klientų vertės kūrimo koncepciją, yra būtinas skaitmeninio verslo mokesčių sistemos pertvarkos etapas. Tai padėtų padaryti šią sistemą teisinga ir veiksminga skaitmeninės ekonomikos kontekste, kai didžiosios informacinių technologijų korporacijos gauna didžiulį pelną, naudodamos didelius duomenų srautus ir teikdamos įvairias skaitmenines paslaugas, kurių kaina labai priklauso nuo klientų dalyvavimo (naudotojų sukuriamos vertės).

Naujasis skaitmeninių paslaugų mokestis Europos Sąjungoje taikomas nuo 2020 metų sausio mėnesio 1 dienos, naudojant, kaip rekomenduojama, fiksuotą 3 proc. tarifą nuo bendrųjų pajamų, gaunamų iš tam tikrų skaitmeninių paslaugų. Todėl moksliniu požiūriu yra aktualu tirti, kaip skaitmeninių paslaugų mokestis naudojamas įvairiose šalyse, kad šių šalių gerąją praktiką būtų galima perimti ir pritaikyti Lietuvoje. Tai formuoja šio mokslinio tyrimo naujumą.

Praktinis tyrimo aktualumas. Nuo 2020 m. sausio mėn. įvairios Europos EBPO šalys – Austrija, Prancūzija, Vengrija, Italija, Lenkija, Portugalija, Ispanija, Jungtinė Karalystė ir Turkija – įvedė skaitmeninių paslaugų mokestį. Belgija, Čekija, Danija, Slovakija paskelbė pasiūlymus priimti skaitmeninių paslaugų mokestį, o Latvija, Estija, Norvegija ir Slovėnija oficialiai paskelbė arba atskleidė savo ketinimus dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo (Asen & Bunn, 2021, 2022).

Lietuvos tarp minėtų Europos EBPO šalių nerandama, nes mūsų valstybėje kol kas nėra oficialių ketinimų įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį. Tarp mūsų šalies mokslininkų ir tyrėjų pasigirstama nuomonių, kad toks mokestis Lietuvoje būtų naudingas, nes leistų Lietuvai surinkti papildomai mokesčių pajamų iš tokių informacinių technologijų gigantų, kaip „Google“, „Facebook“, „YouTube“ ir kt. Šiame darbe tiriama, kokios galimybės yra įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje. Kadangi toks mokestis Lietuvoje dar netaikomas, tai darbas yra aktualus ne tik moksliniu, bet ir praktiniu požiūriu.

Tyrimo problema: kokios galimybės yra įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje?

Tyrimo objektas – skaitmeninių paslaugų mokestis.

Tyrimo tikslas – teoriniu ir praktiniu požiūriu išanalizuoti skaitmeninių paslaugų mokestį ir jo administravimą.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį ir koncepciją.
2. Atlikti skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinę analizę.

3. Atlikti skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizę.
4. Atlikti nacionalinių teisės aktų, sudarančių prielaidas įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizę.
5. Iširti ekspertų požiūrį į skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimą Lietuvoje.
6. Nustatyti tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį.

Duomenų rinkimo metodai:

1. Mokslinės literatūros sisteminimas, analizė, palyginimas.
2. Aktualių dokumentų ir teisės aktų rinkimas.
3. Ekspertinis pusiau struktūrizuotas interviu (kokybinio tyrimo strategija).

Duomenų analizės metodai:

1. Dokumentų ir teisės aktų kokybinė turinio (anglų kalba – *content*) analizė.
2. Pusiau struktūrizuoto interviu kokybinė turinio (anglų kalba – *content*) analizė bei interpretavimas.
3. Lyginamoji gautų duomenų analizė.

Tyrimo apribojimai. Tyrimo patikimumą riboja maža duomenų bazė – Lietuvoje pasigendama didesnio kiekio teisinių dokumentų, kurie būtų tinkami analizuoti jų prielaidas skaitmeninių paslaugų mokesčiui įvesti ir administruoti. Dėl to tenka remtis analogijomis, t. y. kitų Europos EBPO šalių patirtimi skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimo ir administravimo srityje. Atliekant ekspertų nuomonės tyrimą, stokojama didesnės tyrimo populiacijos, kuri turėtų pakankamai žinių įvertinti šį specifinį baigiamojo darbo objektą. Todėl tai siaurina tyrimo imties dydį ir formuoja poreikį parinkti griežtus patyrusių ekspertų atrankos kriterijus. Nustatant tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį, buvo stokojama viešai prieinamų statistinių duomenų¹ apie tai, kiek Lietuvoje yra MOSS / OSS sistemos dalyvių, kurie galėtų mokėti skaitmeninių paslaugų mokestį. Todėl prognozei atlikti buvo nuspręsta pasirinkti ekspertinį vertinimą.

Santrumpos:

EBPO – Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija.

ES – Europos Sąjunga.

JT – Jungtinės Tautos.

¹ Dėl reikiamų statistinių duomenų pateikimo buvo kreiptasi į VMI, tačiau ji tų duomenų nepateikė.

1. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO TEORINĖS IR PRAKTINĖS IŽVALGOS

1.1. Skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo poreikis

Prieš analizuojant skaitmeninių paslaugų mokesčio specifiką, pirmiausiai reikia pagrįsti, kodėl ES / EBPO šalyse yra būtinas skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimas, kodėl tai yra taip aktualu ir svarbu nūdienos sąlygomis.

Skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo aktualizavimas įtvirtintas įvairiuose ES teisiniuose dokumentuose, kurie formuoja naują pokyčių kryptį – būtina keisti skaitmeninio verslo apmokestinimo sistemą, adekvačiai reaguojant į skaitmeninio verslo / skaitmeninių paslaugų teikimo specifiką ir aplinkos pokyčius bei siekiant efektyvaus skaitmeninio verslo mokesčių reguliavimo bei administravimo.

Akcentuojami šie reikšmingiausi ES teisiniai dokumentai:

- ES Komisijos komunikate Europos parlamentui ir tarybai „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“ (2017) aktualizuojamas poreikis keisti skaitmeninio verslo apmokestinimo praktiką.
- Tarptautiniu mastu siekis garantuoti, kad visų skaitmeninės ekonomikos subjektų pajamos būtų teisingai apmokestinamos, akcentuojamas EBPO / G 20 BEPS projekto 1 veiksmo ataskaitoje (EBPO, 2018).
- 2018 m. kovo 21 d. priimtas Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018).
- 2018 m. kovo 21 d. priimta ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas.

Reikia pažymėti, kad skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo aktualizavimas grindžiamas ne tik teisiniais dokumentais, bet iš esmės tuo, kokius iššūkius formuoja dinamiškai kintanti skaitmeninio verslo aplinka, kuri savo ruožtu ir daro įtaką ES teisinių dokumentų atsiradimui bei tobulinimui. Todėl būtina atsižvelgti į dabartinius skaitmeninės ekonomikos kaitos procesus.

Skaitmenizacija – masinis skaitmeninėmis technologijomis pagrįstų paslaugų priėmimas tarp klientų, kompanijų ir vyriausybių. Pastaruoju metu skaitmenizacija peraugo į esminę ekonomikos varomąją jėgą, skatinančią ekonomikos plėtrą ir darbo vietų kūrimą (Kuizininė, 2013).

Skaitmenizacija yra skaitmeninės ekonomikos bruožas. Skaitmeninė ekonomika – tai prekių ir paslaugų sandoriai per internetines žiniasklaidos priemones. Dėl skaitmeninės ekonomikos lengva

keistis informacija, pirkti ir parduoti operacijas, o mokėjimo operacijos tapo daug labiau prieinamos daugeliui žmonių (Alfandia, 2019).

Skaitmeninė ekonomika nuolat vystosi ir tobulėja, konstruodama ir pateikdama rinkoms inovatyvius verslo modelius, kurie įgalina plėtoti verslą platesniu mastu ir ženkliai didesniais atstumais. Skaitmenizacija šiuo metu sudaro palankias sąlygas skirtingus procesus automatizuoti, perkelti juos į virtualią aplinką, formuoti platformas, tampančias verslo ir visuomenės infrastruktūros fundamentu (Gulbinas ir Jogminaitė, 2020).

Skaitmeninės ekonomikos įmonės gali lengvai vykdyti veiklą nuotoliniu būdu, todėl yra labai aktyvios tarpvalstybinėje prekyboje. Pagrindinės skaitmeninių verslo modelių ypatybės, palyginti su tradiciniais, yra galimybė vykdyti veiklą nuotoliniu būdu, interneto vartotojų indėlis kuriant jų vertę ir nematerialaus turto svarba (Hak et al., 2021a ir b).

Skaitmeninė ekonomika tyrėjų yra traktuojama kaip informacinių ir ryšių technologijų sukulto transformacinio proceso rezultatas, todėl politikos formuotojams kyla didesnių ir rimtesnių mokesčių reformavimo iššūkių (Kotina, Stepura & Polyvana, 2020). Skaitmeninė ekonomika nėra (tik) naujų ar revoliucinių verslo modelių era, bet veikia atspindi esamų verslo modelių, produktų ir paslaugų raidą (Olbert & Spengel, 2017).

Sidik (2022) nurodo, kad skaitmeninės ekonomikos plėtra duoda daug naudos, pavyzdžiui, ekonominį augimą, darbo jėgos užimtumą ir visuomeninę gerovę. Skaitmeninės ekonomikos plėtros iššūkiai apima ne tik vidaus ir tarptautinę mokesčių politiką, bet ir tokias sritis, kaip tarptautinė privatumo teisė ir duomenų apsauga, apskaita ir reguliavimas, strateginė mokesčių politikos perspektyva, skaitmeninių technologijų įsisavinimas – visa tai gali apriboti politikos formuotojų galimybes, formuojant bendrą mokesčių, orientuotų į skaitmeninę ekonomiką, derinį. Technologinės naujovės ir interneto plitimas stipriai paveikė prekybinius santykius, gamybos procesus ir produktus, įmonių veiklos organizavimą. Skaitmeninei ekonomikai būdingi tokie pagrindiniai elementai, kaip: didžiulė nematerialiojo turto plėtra, intensyvus duomenų (ypač asmeninių duomenų) naudojimas ir plačiai adaptuoti įvairiausiai verslo modeliai.

ES Tarybos direktyvose nurodoma, kad skaitmeninė ekonomika reikšmingai transformuoja visuomenės bendravimo, vartojimo ir veiklos vykdymo formas. Skaitmeninės technologijos yra itin svarbios ir aktualios visuomenei: jomis mokesčių srityje formuojamos galimybės mokesčių administratoriams rasti sprendimų, kaip minimizuoti administracinę naštą, palengvinti mokesčių administratorių bendradarbiavimą bei spręsti mokesčių slėpimo problemas (ES Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklaviets apmokestinimu, 2018; ES Tarybos direktyva „Dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“, 2018).

ES Komisijos komunikate „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“ (2017) išsakyta nuostata, kad šiuolaikiniame itin globalizuotame pasaulyje komercinė veikla yra atliekama, nevaržant sienų. Didėjant vartojimui, pastebimai aktyvėja prekyba, plečiasi jos tempas ir auga apimtys. Prekyba iš esmės įgauna tarptautiškumo pobūdį. Dėl sparčiai besiplečiančios skaitmeninės ekonomikos iš esmės kinta įprastinis vartotojų gyvenimas ir transformuojasi modernaus verslo modeliai. Be abejo, tai daro įtaką ne tik tradiciniams ekonominiams ir verslo modeliams, bet ir veikia, aktualizuoja mokesčių administravimo kaitos poreikį. Olbert ir Spengel (2017) nurodo, kad tradiciniai mokesčių įstatymai reglamentuoja naujus verslo vykdymo būdus, tačiau iškyla grėsmė, kad dabartinė tarptautinė mokesčių teisė ir jos pagrindiniai principai gali atsilikti nuo pasaulinės verslo praktikos pokyčių.

Plėtojantis skaitmeninei ekonomikai bei transformuojantis tradiciniam verslui, kinta ir skaitmeninio verslo apmokestinimo taisyklės, kadangi nemaža dalis verslo subjektų savo veiklą perkelia į elektroninę erdvę (Gulbinas ir Jogminaitė, 2020). Anot Sidik (2022), ekonomikos skaitmenizavimas leido atsirasti naujiems skaitmeninio verslo modeliams, kuriems nereikėjo fizinio buvimo, norint atlikti skaitmenines operacijas. Fiziinių kliūčių tarp gamintojų ir vartotojų nebuvimas įvairiose šalyse, atsiradęs dėl interneto, neleido vyriausybėms tiesiogiai apmokestinti skaitmeninių korporacijų. Siekdamos sumažinti mokesčių atotrūkį, atsirandantį dėl teisės aktų, leidžiančių apmokestinti fiziškai esančias įmones ir mokesčių bazės netaikymo už šalies ribų esančioms skaitmeninėms įmonėms, suformavo poreikį vyriausybėms aktyviai diskutuoti apie tiesioginio skaitmeninių korporacijų apmokestinimą. Dėl to iškilo klausimų, kaip priskirti vertę, sukurtą generuojant duomenis naudojant skaitmeninius produktus ir paslaugas. Šie iššūkiai kelia klausimų, ar dabartinė tarptautinė mokesčių sistema tebėra tinkama sprendžiant skaitmeninės ekonomikos ir jos verslo modelių sukeltus pokyčius, taip pat apmokestinimo teisių paskirstymą tarp šaltinio ir gyvenamosios vietos jurisdikcijų.

Mehta (2022) nurodo, kad, atsižvelgiant į neseniai susiklosčiusią pasaulinę padėtį ir ekonominę krizę COVID-19 pandemijos metu, reikia pastebėti, kad skaitmeninio apmokestinimo papildymas ar įgyvendinimas, yra sunkiau neįgyvendinamas, tačiau toks pakeitimas tarptautinių mokesčių srityje yra nepaprastai svarbus. Pasaulio ekonomikai labai trūksta pajamų, elektroninė komercija klesti dėl fizinės prekybos trūkumo ir ryškaus perėjimo nuo įprastinių prie nuotolinių darbo metodų (ypač besivystančiose šalyse). Taigi, siekiant pasinaudoti žmonių darbo ir pirkimo įpročių pasikeitimu, šiuo metu turėtų būti einama link skaitmeninio verslo apmokestinimo. Šiuo atveju tikslas – sukurti mechanizmą, padedantį reguliuoti sistemą, kuri numatytų „teisingą“ mokesčių dalį iš skaitmeninio verslo generuojamų pajamų ar pelno, kuri būtų skirta visuomenės gerovei ir pandemijos neigiamų padarinių šalinimui.

Chen (2015) akcentuoja įmonių, parduodančių skaitmenines prekes / paslaugas, paplitimą virtualioje erdvėje. Skaitmeninis turinys toliau vystosi ir tampa vis labiau paplitęs tarp pardavėjų ir pirkėjų. Skaitmeninio verslo apmokestinimo iššūkis tampa sudėtingesnis, nes toks verslas plečiasi nuo tradicinių iki novatoriškų paslaugų teikėjų (pavyzdžiui, tokių kaip švietimo paslaugų teikėjai).

Nežiūrint ES skaitmenizavimo pažangos, šioje sparčiai besikeičiančioje erdvėje pasitaiko problemų, nes pasireiškiant rinkų augimui ir plėtrai, kinta bei transformuojasi teisinės valstybės sistemos, kai kuriose srityse (pavyzdžiui, mokesčių teisėje) reiškiasi teisinio reguliavimo kaitos poreikis. Dėl šios priežasties šalys turi peržiūrėti ir nukreipti teisinį reguliavimą ta linkme, kad būtų integruotos naujos taisyklės, subalansuojančios skaitmeninio verslo įmonių veiklą, užtikrinančios savalaikį aiškumo bei teisinio tikrumo principų įgyvendinimą (Gulbinas ir Jogminaitė, 2020).

Iššūkis, susijęs su skaitmenines paslaugas teikiančių įmonių apmokestinimu, yra vienas aktualiausių ir opiausių klausimų, šiuo metu susijusių su ES mokesčių harmonizavimu. Taip yra todėl, kad mokesčių teisės aktai paprastai rengiami tradiciniams ūkio subjektams. Dėl dabartinių ekonomikų skaitmenizavimo procesų atsiranda naujų fiskalinių iššūkių, vykstančių dėl inovatyvių verslo modelių, kuriems nereikia fizinio buvimo įvairiems sandoriams atlikti. Šie iššūkiai paprastai yra susiję su esamos mokesčių bazės erozija (Hlaciuc, 2019).

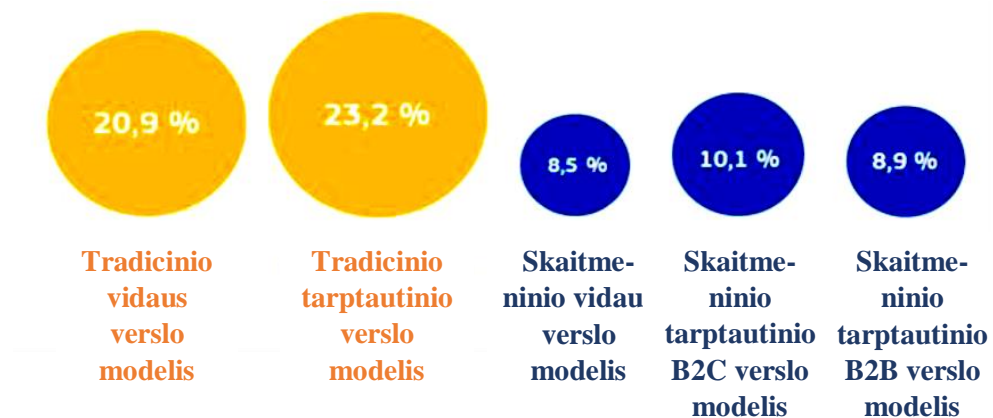
ES Tarybos direktyvose pripažįstama, kad esant skaitmeninės ekonomikos sparčiai plėtrai ir virsmui, esamos skaitmeninio verslo kompanijų apmokestinimo taisyklės neatitinka realios situacijos, taigi yra neadekvačios. Dėl to reikia ieškoti sprendimų, kuriais būtų įmanoma garantuoti teisingą ir efektyvų apmokestinimą. Pavyzdžiui, šiuo metu naudojamos pelno mokesčio taisyklės nebeatitinka aplinkybių, kai egzistuoja galimybės įmonėms prekiauti per virtualią aplinką kitose valstybėse fiziškai jose nebūnant, kai kompanijos tampa itin priklausomos nuo sunkiai išmatuojamo neapčiuopiamo turto ir kai naudotojų parengtas turinys bei duomenų rinkimas yra pavirtęs esmine skaitmeninio verslo kompanijų vertės generavimo veikla (ES Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu, 2018; ES Tarybos direktyva „Dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“, 2018).

ES Tarybos direktyvose pagrįstai teigiama, kad dabartinė mokesčių sistema yra neadekvati, nes skaitmeninio verslo subjektai turi būti apmokestinami ten, kur yra generuojama jų vertė. Esama situacija neatitinka realių sąlygų, nes apmokestinimas neapima skaitmeninės veiklos visuotinės aprėpties, kai fizinis buvimas iš esmės nėra būtinas procesas, jog būtų galima vartotojams suteikti reikiamas skaitmenines paslaugas (ES Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu, 2018; ES Tarybos direktyva „Dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“, 2018).

Analogiški argumentai pateikiami ir ES Komisijos komunikate „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“ (2017). Jame dar

akcentuojama, kad ES bendrajai skaitmeninei rinkai reikia modernios ir stabilios mokesčių sistemos, kad skaitmeninė ekonomika veiksmingai stimuliuotų inovacijas, minimizuotų rinkos susiskaidymo procesą ir padėtų visiems rinkos dalyviams naudotis nauja dinamiška rinka sąžiningomis ir subalansuotomis sąlygomis.

ES Komisijos komunikate „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“ (2017) neabejojama, kad ES reikia modernios mokesčių sistemos, įgalinančios užtikrinti sąžiningą apmokestinimą. Pabrėžiama, kad skaitmenizavimo mastas skirtinguose ES ūkio ir verslo sektoriuose yra gana nevienodas. Ypač ženklūs skirtumai pasireiškia tarp aukštųjų technologijų ir labiau tradicinių sričių, taip pat tarp ES valstybių narių ir regionų. Egzistuoja ryškių skirtumų tarp stambių kompanijų ir mažų bei vidutinių įmonių. Vidaus skaitmeninio verslo modeliams vidutiniškai naudojamas tik 8,5 proc. efektyvusis mokesčio tarifas, tai yra mažiau nei pusė, lyginant su tradiciniais verslo modeliais (1 pav.). Tarpvalstybinio skaitmeninio verslo kompanijoms taip pat tenka palyginti maža mokesčių našta.



Šaltinis: ES Komisijos komunikate Europos parlamentui ir tarybai „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“, 2017, p. 6

1 pav. Vidutinis efektyvus mokesčio tarifas ES valstybėse narėse

Taigi, remiantis tuo, kas išdėstyta, galima akcentuoti, kad skirtinguose ES ūkio sektoriuose ir įmonėse, kur plėtojamas skaitmeninis verslas, pasireiškia ryški apmokestinimo diferenciacija ir disproporcija, kuri lemia skaitmeninio verslo sistemos apmokestinimo neefektyvumą ir neadekvatumą dabartinėms dinamiškoms sąlygoms. Europos Komisijos duomenimis, tradiciniai verslai vidutiniškai per metus sumoka apie 23,2 proc. mokesčių, skaitmenizuoti – apie 9,5 proc. mokesčių (Gulbinas ir Jogminaitė, 2020). Todėl tenka sutikti su mintimi, kad pasaulinis skaitmeninimas ne tik privertė įmones siekti naujų konkurencinių pranašumų virtualioje erdvėje, bet taip pat suteikė joms daugiau galimybių išvengti mokesčių (Kotina et al., 2020).

Tiek ES Komisijos komunikate „Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai“ (2017), tiek ES Tarybos direktyvose įtvirtintas siekis pertvarkyti tarptautinę mokesčių sistemą, kuri šiuo metu nebeatitinka savo paskirties, todėl yra ne itin veiksminga ir ne itin efektyvi. Minėta sistema buvo adekvati laiko tarpsnyje prieš skaitmeninio verslo amžių ir tiko tradicinėms fizinėms įmonėms, tačiau netinka skaitmeninio verslo subjektams (ES Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu, 2018; ES Tarybos direktyva „Dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“, 2018).

Gulbinas ir Jogminaitė (2020) yra teisūs, teigdami, kad įprastinis verslo mokesčių reguliavimas, paremtas mokesstinės rezidencijos ir įprastos (fizinės) nuolatinės buveinės apibrėžtimi, yra netinkamas, neadekvatus dabartinei rinkos situacijai.

Sidik (2022) pabrėžia, kad skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikis sietinas su geografiniu neatitikimu tarp to, kur yra įsikūrusios skaitmeninės įmonės, kurios moka mokesčius, ir kur gyvena dauguma jų vartotojų. Pavyzdžiui, Jungtinėse Valstijose gyvena 37 proc. skaitmeninės ekonomikos gamintojų, bet tik 11 proc. pasaulio interneto vartotojų. Toks skaitmeninių gamintojų ir naudotojų pasiskirstymo neatitikimas sukuria politinį spaudimą vyriausybėms suderinti apmokestinimą pagal vartotojų buvimo vietą. Skaitmeninės tarptautinės įmonės kuria vertę iš naudotojų duomenų, o tai nenaudinga vyriausybėms tų šalių, kuriose yra vartotojų, bet nėra skaitmeninių fizinių įmonių.

Apibendrinant ir reziumuojant galima teigti, kad tos apmokestinimo sistemos, kurios buvo tinkamos fizinio verslo modeliams, netinka skaitmeninio verslo modeliams, kurių veikla peržengia tarptautines sienas, o pajamos ir pelnas yra generuojami iš skaitmeninių paslaugų teikimo, vykdomo daugelyje valstybių (arba praktiškai visame pasaulyje). Susidarė nesąžininga ir negatyvi situacija, kad skaitmeninio verslo subjektas mokėjo mokesčius toje šalyje, kurioje buvo įregistruota jo buveinė, o kitos valstybės negaudavo mokesčių pajamų, nepaisant to, kad čia buvo sukuriama to verslo subjekto vertė. Hlaciuc (2019) pastebėjimu, skaitmeninės ekonomikos subjektai sukuria daugiau vertės iš internetinės aplinkos, fiziškai nebūdami valstybėje narėje, kurioje jie gauna pajamas. Dėl to gautas pelnas neapmokestinamas arba apmokestinamas kitoje valstybėje.

Pratęsiant minėtas mintis, skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo aktualizavimo tendencijos privertė ES institucijas siūlyti skaitmeninio verslo subjektų pelno ir pajamų mokesčių pakeitimus. Šių siūlyimų išdava yra skaitmeninių paslaugų mokestis, kuris laikomas visiškai nauju mokesčiu, labiau pritaikytu dabartinėms sąlygoms.

1.2. Skaitmeninių paslaugų mokesčio koncepcija

Siekiant atskleisti skaitmeninių paslaugų mokesčio koncepciją, reikia pirmiausiai išanalizuoti, kas tai yra skaitmeninės paslaugos ir kuo specifiški yra skaitmeninio verslo modeliai, lyginant su tradiciniais. Tai suformuos kontekstą, kuriame bus galima pateikti skaitmeninių paslaugų mokesčio apibūdinimą. ES Tarybos direktyvoje, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018) pateikiamas toks skaitmeninių paslaugų apibrėžimas – tai „internetu arba elektroniniu tinklu teikiamos paslaugos, kurių teikimas dėl jų pobūdžio yra iš esmės automatizuotas bei reikalauja minimalaus žmogaus įsikišimo ir kurių teikimo neįmanoma užtikrinti be informacinių technologijų“ (p. 14). Iš minėto apibrėžimo išplaukia keli svarbūs skaitmeninėms paslaugoms keliami reikalavimai – virtuali paslaugų teikimo erdvė (internetas, elektroninis tinklas), automatizuotas pobūdis, informacinių technologijų užtikrinimo teikti paslaugas būtinybė.

Moksliniuose šaltiniuose pateikiama ir daugiau skaitmeninių paslaugų (kartais naudojami sinonimai – elektroninės paslaugos, virtualios paslaugos, paslaugų teikimas elektroninėmis priemonėmis ir pan.) apibūdinimų, kurie praplečia skaitmeninių paslaugų specifikos suvokimo akiratį. Išskirtini dar tokie skaitmeninių paslaugų moksliniai apibrėžimai:

- Skaitmeninės paslaugos laikomos vienu iš besiplečiančios skaitmeninės ekonomikos funkcinų komponentų (Simić, 2021). Vadinasi, skaitmeninės paslaugos gali būti traktuojamos kaip skaitmeninės ekonomikos dalis ir netgi jos varomoji jėga.
- Skaitmeninės paslaugos – tai „*paprastai už atlyginimą elektroninėmis priemonėmis ir per atstumą individualiu informacinės visuomenės paslaugos gavėjo prašymu teikiamos paslaugos*“ (Tvarijonavičiūtė, Patašienė ir Patašius, 2010, p. 156). Pagal šį apibrėžimą, skaitmeninių paslaugų teikimui būdinga komercinė dedamoji (atlyginimas), elektroninės priemonės (be kurių nebūtų įmanoma teikti tokių paslaugų), atstumas (nėra tiesioginės fizinės sąveikos tarp paslaugų teikėjo ir gavėjo) bei vartotojo prašymas (poreikis) gauti tokio pobūdžio paslaugas.
- Skaitmeninės paslaugos – tai „*paslaugos, kurios integruoja elektroninių tinklų, interneto ar mobiliąsias technologijas bei paslaugą teikiančius ir (ar) jų teikime dalyvaujančius bei paslaugai suteikti reikalingus procesus ir informacines sistemas*“ (Afarjanc, 2019, p. 5). Pagal šį apibrėžimą, pagrindinė skaitmeninių paslaugų savybė yra integruota sąveika tarpo technologijų, procesų ir sistemų.
- Paslaugų teikimas elektroninėmis priemonėmis – tai „*informacinės visuomenės paslauga, perduodama ir priimama elektroninių ryšių tinklu, iš pradžių teikiama ir gaunama jos paskirties vietoje, naudojant elektroninę įrangą duomenims tvarkyti ir saugoti*“ (Dzemydienė, Naujikienė ir Dzindzalieta, 2016, p. 21). Remiantis šiuo apibūdinimu,

galima teigti, kad skaitmeninėms paslaugoms teikti reikia turėti elektronines priemones, kurios leidžia perduoti, tvarkyti ir saugoti paslaugų teikimo duomenis.

Galima pagrįstai teigti, kad skaitmeninės paslaugos yra skaitmeninio verslo įmonių (skaitmeninės ekonomikos subjektų) veiklos sritis. Paprastai tariant, skaitmeninio verslo įmonės yra skaitmeninių paslaugų teikėjos. Dabar modernus, naujoviškas verslo modelis yra neabejotinai grindžiamas paslaugų skaitmenizavimu.

Siekiant didesnio aiškumo, reikia išskirti, kuo tradicinis verslo modelis paprastai skiriasi nuo skaitmenizuoto. Tai atlikti svarbu, laikantis nuostatos, kad dažniausiai verslo modeliai skirstomi į tradicinius ir skaitmeninius (elektroninius) (Vaska et al., 2021; Hak et al., 2021a ir b; Watson et al., 2014; Burinskienė ir Daškevič, 2013). Paliulis ir Sabaitytė (2011) pastebi, kad verslas yra priverstas keistis iš tradicinio į skaitmeninį modelį, turintį papildomų veiklos optimizavimo priemonių. Skaitmeninio verslo potencialas yra materialios bei informacinės technologijos, kurios leidžia tinkamai cirkuliuoti informacijai.

Schaller ir kt. (2019) teigia, kad skaitmeninis verslo modelis atspindi įmonės logiką, sutelkiant dėmesį į tai, kaip ji kuria, teikia ir fiksuoja vertę skaitmeninėje erdvėje, atsižvelgiant į pagrindinį kliento vertės pasiūlymą. Šis apibūdinimas rodo, kad skaitmeninio verslo įmonės komercinė veikla siejama su vertės generavimu elektroninėje erdvėje, skirtingai nei tradiciniame verslo modelyje, kur vertė generuojama fizinėje aplinkoje.

Perfrazuojant Burinskienę ir Daškevič (2013), galima teigti, kad skaitmeninio verslo modelis – tai skaitmeninės vertės klientams kūrimas. Hak ir kt. (2021a ir b) taip detalizuoja skaitmeninės vertės koncepciją – naudotojų indėlio svarba yra labai reikšminga, ji pasireiškia per didelio kiekio vartotojų, duomenų kūrimo ir kitų formų naudotojų indėlio į gamybos procesą. Dalyvavimas platformoje ar tinkle sukuria skaitmeninę vertę. Priešingai nei įprastas „vertės grandinės“ verslo modelis, kai vertę kuria produkto ar paslaugos tiekėjas, didelę dalį vertės, kurią gauna internetinės platformos naudotojai, sukuria kiti vartotojai. Tai ypač pasakytina apie daugiapuses (angl. *multi-sided*) platformas. Poveikis, kurį vienas prekės ar paslaugos vartotojas daro jų vertei kitiems vartotojams, yra žinomas kaip tinklo poveikis (t. y. ribinė paslaugos pritaikymo nauda auga, didėjant vartotojų skaičiui). Taigi, skaitmeninė vertė daugeliu atveju (ar didžiąja dalimi) yra generuojama kitų vartotojų.

Gulbinas ir Jogminaitė (2020) pažymi, kad tradicinio modelio verslai fiziškai keičiasi materialiomis prekėmis / paslaugomis, kai pelnas yra generuojamas vienoje šalyje, kurioje įmonė atlieka savo veiklą. Skaitmenizuoti verslai pelną generuoja iš daugelio šalių, kurių gyventojai yra skaitmeninių paslaugų vartotojai. Iš čia kyla neaiškumas, kaip ir kurioje vietoje turėtų būti apmokestintas skaitmeninis verslas. Dėl mažesnės mokesčių naštos skaitmeninio verslo modeliai įgyja geresnes sąlygas konkuruoti. Todėl, anot minėtų autorių, būtina tinkamai subalansuoti mokesčių našta tarp skaitmeninio ir tradicinio verslo modelių subjektų.

Pramoninės ir skaitmeninės ekonomikos verslo modelių skirtumai detalizuojami 1 lentelėje.

Tam tikra prasme skaitmeninių paslaugų mokestis yra tarptautinis mokestis, nes taikomas tarptautinėms kampanijoms kaip mokesčių subjektams, savo veiklą vykdančiomis daugelio valstybių skaitmeninėje erdvėje. Pasak Alfandia (2019), tarptautinis mokestis yra terminas, nurodantis tarptautinius kiekvienos šalies mokesčių nuostatų aspektus. Šios nuostatos iš esmės reglamentuoja du dalykus. Pirma, vidaus mokesčių subjektų pajamų, gautų iš šaltinių už šalies ribų, apmokestinimas. Antra, užsienio mokesčių subjektų iš šalies gautų pajamų apmokestinimas. Pavyzdžiui, šalies vyriausybė gali apmokestinti pajamas, kurias užsienio mokesčių subjektai gauna iš vietinių mokesčių subjektų (šalies gyventojų). Be to, šalies vyriausybė gali apmokestinti pajamas, kurias vidaus mokesčių subjektai (šalies gyventojai) gauna iš užsienio mokesčių subjektų.

1 lentelė. Pramoninės ir skaitmeninės ekonomikos verslo modelių skirtumai

	Pramoninė ekonomika	Skaitmeninė ekonomika
Fokusas	Produktas	Platforma
Struktūra	Vertės grandinė	Ekosistema
Galios šaltinis	Vertės grandinės stebėjimas ir kontrolė	Platformos valdymas ir architektūra
Ekonominis modelis	Masto ekonomija pasiūlos pusėje	Masto ekonomija paklausos pusėje
Strateginiai ištekliai	Fizinis turtas	Ekosistemų pajėgumas, platformų patrauklumas
Rinkos vertė	Turto grąža	Grąža iš operacijų ekosistemoje
Augimo šaltinis	Organinis augimas arba įsigijimai	Tinklo efektai

Šaltinis: Hak et al., 2021a, p. 219

Chen (2015) nurodo, kad skaitmeninių produktų apmokestinimas yra ypač sudėtingas dalykas, nes skaitmeniniai produktai dažnai yra nematerialios prekės ir paslaugos derinys, todėl jis nedera prie daugumos galiojančių valstybėse mokesčių įstatymų.

Esamoje praktikoje nėra aiškiai nusistovėjusio skaitmeninių paslaugų mokesčio apibūdinimo. Tai ypač liečia teisinį apibūdinimą, kurio pasigendama. ES Tarybos direktyvoje dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018) teigiama, kad skaitmeninių paslaugų mokestis – tai „tikslinės taikymo apimties mokestis, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, kurių būdinga ypatybė – naudotojo kuriama vertė. Į <...> [mokesčio] taikymo sritį patenka tokios paslaugos, kurių atveju naudotojo dalyvavimas skaitmeninėje veikloje tą veiklą vykdančiai įmonei yra esminis indėlis, dėl kurio ta įmonė iš tos veiklos gali gauti pajamų. Kitaip tariant, į šios direktyvos taikymo sritį patenka verslo modeliai, kurie savo dabartine forma negalėtų egzistuoti be naudotojo dalyvavimo“ (p. 7). Pagal šį apibūdinimą, skaitmeninio paslaugų mokesčio objektas yra apmokestinamos pajamos, gaunamos iš naudotojo kuriamos vertės.

Skaitmeninių paslaugų mokestis, kaip rašo Hlaciuc (2019), yra „naujas fiskalinis mechanizmas, prie kurio ES valstybės narės turi pritaikyti naujus [skaitmeninio] verslo modelius“ (p. 5). Skaitmeninių paslaugų mokestis, kaip teigia Gulbinas ir Jogminaitė (2020), yra viena iš ES „*pasiūlytu alternatyvų, kuria galėtų būtų užtikrinama, kad iš skaitmeninės veiklos, kuri šiuo metu nėra veiksmingai apmokestinama, valstybės narės pradėtų iškart gauti mokesčius*“ (p. 98). Skaitmeninių paslaugų mokesčiai yra mokesčiai už bendrąsias pajamas, gautas iš įvairių skaitmeninių paslaugų teikimo. Tai bendrųjų pajamų mokesčių ir sandorių mokesčių, taikomų įplaukoms iš, pavyzdžiui, reklaminio ploto pardavimo, skaitmeninių tarpininkų paslaugų teikimo ir iš vartotojų surinktų duomenų pardavimo, derinys. Skaitmeninių paslaugų mokesčiai skiriasi nuo pajamų mokesčių ir internetinių pardavimo mokesčių ir nėra PVM / prekių ir paslaugų mokestis (Vázquez, 2023).

Kotina ir kt. (2020) skaitmeninių paslaugų mokestį laiko alternatyvia fiskaline priemone globalinių tendencijų kontekste. Bunn, Asen ir Enache (2020) mano, kad skaitmeninių paslaugų mokesčiai – tai bendrieji pajamų mokesčiai, kurių mokesčių bazė apima pajamas, gautas iš konkretaus skaitmeninių prekių ar paslaugų rinkinio, arba pagal skaitmeninių vartotojų skaičių šalyje. Šiems mokesčiams taikomi tokie apmokestinimo principai, kaip paprastumas, skaidrumas, neutralumas ir tvarumas. Skaitmeninių paslaugų mokestis, anot Köthenbürger (2020), iš esmės yra pardavimo mokestis, atsirandantis dėl aktyvaus vartotojų dalyvavimo.

Plačiau požiūriu, skaitmeninių paslaugų mokesčiais galima laikyti visus mokesčius, kuriais yra apmokestinamas konkrečiai skaitmeninio verslo subjektas. Pagal šį požiūrį, pagrindiniai skaitmeninių paslaugų mokesčiai yra pelno ir pajamų mokesčiai. Siauroju požiūriu, skaitmeninių paslaugų mokestis taikomas tik skaitmeninio verslo subjekto uždirdamoms pajamoms, o ne pelnui (Bunn, Asen ir Enache, 2020). Visgi net ir laikantis siaurojo požiūrio, prasminga skaitmeninio verslo pajamų apmokestinimą lygiagrečiai lyginti su pelno apmokestinimu, nes tai tampa susiję mokesčiai. Būtent iš skaitmeninio verslo sukuriama vertė yra gaunamos pajamos, o iš jų – generuojamos pelnas. Taigi skaitmeninio verslo mokesčių pakeitimai (pelno, pajamų) turi glaudžios įtakos vienas kitam. Galima teigti, kad skaitmeninio verslo subjekto pelno apmokestinimas ir skaitmeninio verslo subjekto pajamų apmokestinimas yra skaitmeninio verslo mokesčių sistemos integruotos dalys. Be to, abiem atvejais sutampa pats apmokestinimo principas – siekiama, kad mokesčiai būtų mokami ten, kur sukurama skaitmeninio verslo subjekto vertė, iš kurios generuojamos įmonės pajamos / pelnas. Čia skiriasi tik apmokestinimo objektai. Pirmuoju atveju, tai yra pajamos, antruoju atveju – pelnas, gaunamas iš sugeneruotos vertės (šį skirtumą, beje, pabrėžia ir Bunn, Asen ir Enache, 2020).

Kofler ir Sinnig (2019) skeptiškai vertina skaitmeninių paslaugų mokestį (siaurąja jo prasme), teigdami, kad jis turi daug galimų trūkumų, įskaitant neigiamą poveikį augimui, inovacijoms ir produktyvumui, neutralumo nebuvimą, dvigubą apmokestinimą ir problemas administruojant. Bunn, Asen ir Enache (2020) nurodo, kad skaitmeninių paslaugų mokesčiai yra diskriminaciniai įmonės

dydžio atžvilgiu. Dėl vietinių ir pasaulinių pajamų ribų mokestis taikomas tik didelėms tarptautinėms kompanijoms. Visgi skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymas gali palengvinti bendrą administracinę naštą, taip pat suteikia santykinę pranašumą įmonėms, kurios nesiekia ribos, ir skatina įmones, veikiančias netoli ribos, keisti savo elgesį.

Vázquez (2023) išsako šias kritines pastabas dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio:

1. Skaitmeninių paslaugų mokesčių teisėtumas svyruoja dėl to, kad trūksta empirinių įrodymų apie šių mokesčių pagrindinę prielaidą (skaitmeninio verslo nepakankamas apmokestinimas), konkurencijos iškraipymo, kurį jie gali sukelti.
2. Skaitmeninių paslaugų mokestis veikia kaip tarifas ir yra diskriminacinis bei baudžiamasis mokestis. Teigiama, kad jis paremtas klaidingu loginiu pagrindu, nes nėra jokios ekonominės priežasties taikyti mokestį siaurai skaitmeninių įmonių grupei.
3. Skaitmeninių paslaugų mokestis prieštarauja vyraujantiems tarptautiniams mokesčių principams ir gali sukelti dvigubą arba daugybinį apmokestinimą.
4. Skaitmeninių paslaugų mokestis gali sukelti rinką ardančių iškraipymų, o jo ekonominis poveikis gali būti perduotas vartotojams.
5. Skaitmeninių paslaugų mokesčio įgyvendinimas lokaliai skiriasi. Dėl to gali atsirasti didelė administracinė našta, siekiant laikytis skirtingų apmokestinimo taisyklių.

Apibendrinant galima teigti, kad skaitmeninės paslaugos yra tokios paslaugos, kurioms keliami reikalavimai – virtuali paslaugų teikimo erdvė (internetas, elektroninis tinklas), automatizuotas pobūdis, atstumas (nėra tiesioginės fizinės sąveikos tarp paslaugų teikėjo ir gavėjo), informacinių technologijų naudojimas. Skaitmeninio verslo įmonės yra skaitmeninių paslaugų teikėjos. Kadangi skaitmenizuoti verslai kaip skaitmeninių paslaugų teikėjai pelną generuoja iš daugelio šalių, kyla neaiškumas, kaip ir kurioje vietoje turėtų būti apmokestintas skaitmeninis verslas.

Kyla objektyvus poreikis tinkamai subalansuoti mokesčių naštą tarp skaitmeninio ir tradicinio verslo modelių subjektų. Šiame darbe laikomasi siaurojo požiūrio, pagal kuri skaitmeninių paslaugų mokestis apibūdinamas, kaip mokestis, kurio taikymo objektas yra apmokestinamos pajamos, gaunamos iš naudotojo kuriamos vertės. Šiam mokesčiui naudojami apmokestinimo principai – paprastumas, skaidrumas, neutralumas ir tvarumas.

1.3. Skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinė analizė

Per pastaruosius kelerius metus buvo susirūpinta, kad esama tarptautinė mokesčių sistema tinkamai neužfiksuoja ekonomikos skaitmeninimo. Pagal galiojančias tarptautines mokesčių taisykles tarptautinės įmonės paprastai moka pelno mokestį ten, kur vyksta gamyba, o ne ten, kur yra įsikūrę vartotojai arba, ypač skaitmeniniame sektoriuje, vartotojai. Per skaitmeninę ekonomiką įmonės

(netiesiogiai) gauna pajamų iš vartotojų užsienyje, tačiau fiziškai nebūdamos toje užsienio šalyje nėra apmokestinamos pelno mokesčiu (Asen & Bunn, 2021; Bunn, Asen ir Enache, 2020).

Nesant fizinio ryšio tarp įmonių, naudojančių mokesčių sistemą ardančius skaitmeninio verslo modelius, ir jų rinkos jurisdikcijų, alternatyvus mokesčių principas galėtų pateisinti rinkos jurisdikcijų apmokestinimo teises, gautas iš jų veiklos, pagrįstas naudos principu. Pavyzdžiui, vyriausybės gali apmokestinti įmones rezidentės ir nerezidentės, kurios gauna naudos iš jų teikiamų prekių ir paslaugų. Ši praktika žinoma kaip apmokestinimo naudos principas, pagal kurį mokesčių našta turėtų būti paskirstoma pagal naudą, kurią mokesčių mokėtojai gauna iš prekių ir paslaugų, kurios gali būti specifinio ar bendro pobūdžio (Lucas-Mas & Junquera-Varela, 2021).

Moksliniuose šaltiniuose pateikiami trys pagrindiniai skaitmeninių paslaugų apmokestinimo būdai (metodai), kurie siūlomi naudoti arba jau yra naudojami praktikoje (Onuoha & Gillwald, 2022):

1. Reikšmingas ekonominis buvimas (angl. *Significant Economic Presence*, SEP): pagal šį metodą apmokestinamąjį ryšį su skaitmeniniu verslu (su nuolatine buveine arba be jos) lemia trys fundamentalūs veiksniai: pajamos, vietinis skaitmeninis buvimas ir vartotojų bazė. Pelnas priskiriamas pagal galiojančiose taisyklėse ir teisės aktuose nurodytas ribas, dalinį paskirstymą arba modifikuotus numanomus pelno metodus (Sokolovska & Belozyorov, 2019; Onuoha & Gillwald, 2022).
2. Alternatyvus minimalus pelno mokestis (angl., *Alternative Minimum Corporate Tax*, AMCT): pagal šį metodą apmokestinamasis ryšys yra pagrįstas bendromis skaitmeninio verslo pajamomis (apyvarta) (Durst, 2018). Šį metodą galima pritaikyti daugelyje šalių, kuriose mokesčių sistemos yra mažiau išvystytos (Onuoha & Gillwald, 2022).
3. Pagal formulę paskirstomas vienetinis apmokestinimas (angl. *Formulary apportionment unitary taxation*): pagal šį metodą apmokestinamoji sąsaja nustatoma pagal vienašalę formulę, paskirstančią visų jurisdikcijoje esančių įmonių grupės subjektų apmokestinamąją bazę (viso pelno dalį), remiantis turtu, darbu ir pardavimais (Picciotto, 2016; Onuoha & Gillwald, 2022).

EBPO šalyse daugiausiai įgyvendinamas pirmasis arba antrasis variantai. Prioritetas vis dažniau skiriamas pelno apmokestinimui.

EBPO, reaguodama į globalioje aplinkoje pasireiškiančius mokesčių vengimo atvejus, 2015 metais priėmė iniciatyvą, kuria buvo patvirtintas 15 veiksmų Mokesčių bazės erozijos ir pelno perkėlimo projektas (BEPS). EBPO surengė derybas su daugiau nei 130 šalių dėl tarptautinės mokesčių sistemos pritaikymo. Pagal dabartinį pasiūlymą kai kurios didžiausios pasaulio tarptautinės įmonės turėtų mokėti dalį savo pajamų mokesčių ten, kur yra jų vartotojai. Šis pasiūlymas vadinamas BEPS 1-uju ramsčiu. 1-asis ramstis pakeistų kai kurias esamas tarptautinių įmonių apmokestinimo normas ir prieštarautų kai kurioms politikos kryptims, kurias pastaraisiais metais šalys taikė

apmokestindamos skaitmenines įmones. Labiausiai paplitusi forma yra skaitmeninių paslaugų mokestis, kuris apmokestina didelių skaitmeninių įmonių bendrųjų pajamų srautus. Kadangi BEPS 1-asis ramstis yra orientuotas į pelno apmokestinimo vietos keitimą, įskaitant daugelį didelių skaitmeninių įmonių, skaitmeninių paslaugų mokestis turėtų būti panaikintos pereinamuoju procesu, kuris turėtų būti baigtas iki 2023 m. pabaigos (Asen & Bunn, 2021; Bunn, Asen ir Enache, 2020).

Siekdama sustabdyti skaitmeninių paslaugų mokesčio ir kitų vienašalių priemonių plitimą, pakeičiant jas konsensu pagrįstu apmokestinimo teisių perskirstymu, 2017–2018 m. EBPO pradėjo savo atnaujintą BEPS 2.0 projektą. Užtikrinant platesnį šalių dalyvavimą, naudojant įtraukiąją BEPS sistemą, įgyvendinant BEPS 2.0 projektą buvo parengti pirmojo ir antrojo ramsčio pasiūlymai, dėl kurių 2021 m. spalio mėn. susitarė 137 jurisdikcijos. Į susitarimą buvo įtrauktas sustabdymas ir atšaukimas įsipareigojimo dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio ir panašių priemonių, kurios būtų esminė Daugiašalės konvencijos (MLC), įgyvendinančios BEPS pirmąjį ramstį, dalis (Vázquez, 2023).

Simić (2021) teigimu, šiandien tapo akivaizdu, kad dėl tinkamo skaitmeninių paslaugų apmokestinimo laikinojo sprendimo modelio nesusitarta. Kartu galima pagalvoti ir apie tai, kad nuo tarpinio sprendimo idėjos pristatymo praėjo gana daug laiko. Esant tokioms aplinkybėms, galima svarstyti, ar tarpinio sprendimo idėja vis dar pagrįsta, ar išlieka pagrindinė laikinojo sprendimo koncepcija. Esamu metu EBPO ir ES lygmeniu pasireiškia tendencija, kuria siekiama sukurti suderintą fiskalinę sistemą, užtikrinančią pelno ir pajamų apmokestinimą toje valstybėje, kurioje vykdoma vertę sukūrusi ekonominė veikla (Hlaciuc, 2019).

Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018) iš esmės kuria naujas apmokestinimo taisykles veiklai, kuri įgyvendinama skaitmeninėje aplinkoje. Formuojant šias taisykles, siekiama atsakyti į kelis esminius klausimus:

1. **kurioje šalyje skaitmeninio verslo įmonė turėtų mokėti pelno ar pajamų mokestį ir**
2. **kas turėtų būti apmokestinimo objektu.**

Skaitmeninių paslaugų mokesčiu apmokestinama įmonėje skaitmeninių paslaugų naudotojo sukuriama vertė. ES Tarybos direktyvoje dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018) nurodoma, kad yra keletas būdų, kaip naudotojas savo dalyvavimu gali prisidėti prie įmonės generuojamos vertės:

1. *„Skaitmeninio verslo įmonės gali išvesti duomenis apie naudotojų veiklą skaitmeninėse sąsajose, o tokiais duomenimis paprastai naudojamosi siekiant nukreipti reklamą tiems naudotojams <...>.*
2. *Aktyvi ilgalaikė naudotojų veikla daugiašalėse skaitmeninėse sąsajose, pagrįstose tinklo poveikiu, kai, plačiąja prasme, paslaugos vertė auga kartu su sąsajos naudotojų skaičiumi“ (p. 7).*

Toliau bus palyginami skaitmeninio verslo subjektų pelno ir pajamų apmokestinimo objektai ir kriterijai (ribos), siekiant nustatyti, kaip šiame palyginimo kontekste atrodo baigiamojo darbo objektas – skaitmeninių paslaugų mokestis.

Pagal rekomenduojamas taisykles skaitmeninio verslo subjektai turėtų mokėti mokesčius toje ES valstybėje narėje, kurioje jie turi virtualią buvimo vietą ir atitinka vieną ar daugiau iš pateikiamų kriterijų (Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu, 2018):

1. *Pajamų, nuo kurių mokamas pelno mokestis, dydis*: visų pajamų, gautų per įmonės mokestinį laikotarpį ir gautų iš tų skaitmeninių paslaugų teikimo vartotojams, esantiems toje valstybėje narėje per nustatytą mokestinį laikotarpį, dalis turi viršyti 7 mln. EUR.
2. *Riba, nuo kurios mokamas pelno mokestis*: 100 tūkst. vartotojų kiekis ES valstybėje narėje per atitinkamą įmonės mokestinį laikotarpį.
3. *Sutarčių skaičius*: aktyvūs skaitmeninių paslaugų vartotojai mokestiniais metais sudarė su verslo subjektu daugiau kaip 3 000 sutarčių.

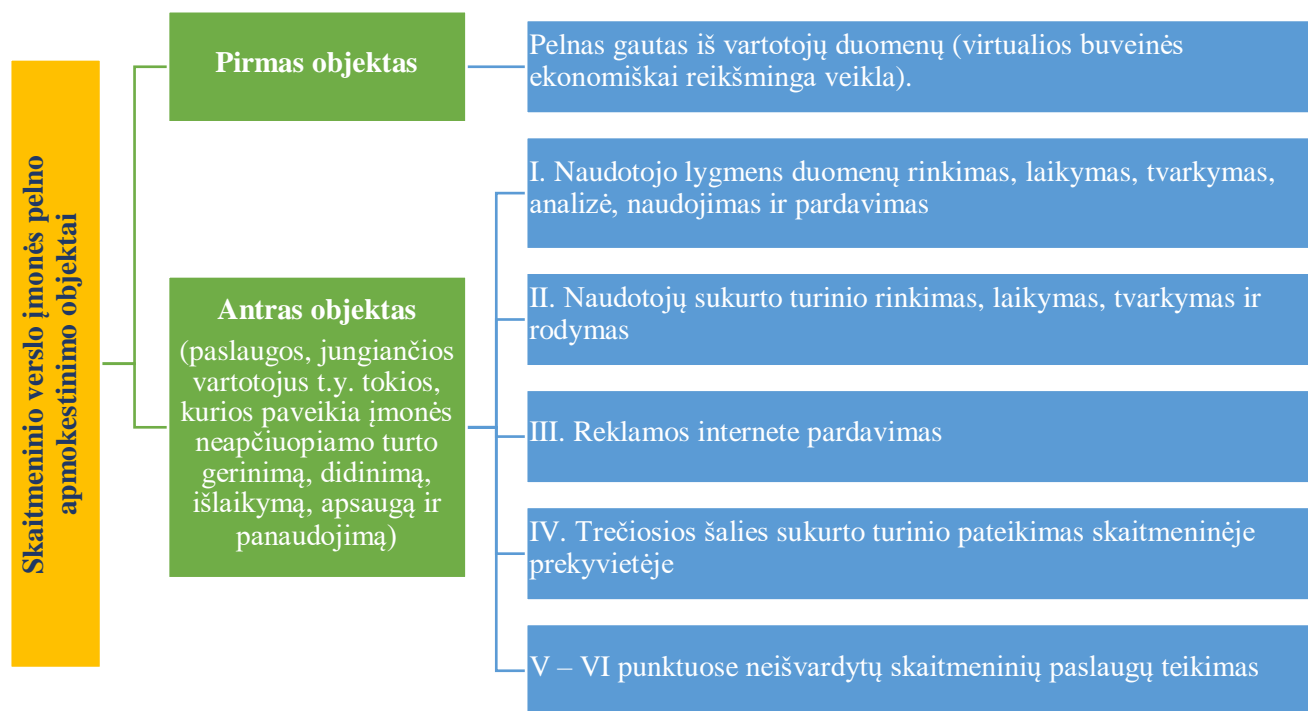
Remiantis ES Tarybos direktyva dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018), skaitmeninių paslaugų mokesčio apmokestinamuoju asmeniu laikomas subjektas, kurio pajamos viršija abi toliau nurodytas ribas (atitinka abu nustatytus kriterijus):

1. *Bendra visame pasaulyje gautų pajamų suma*, kurią už paskutinius pasibaigusius finansinius metus, deklaravo subjektas, viršija 750 mln. EUR.
2. *Bendra suma apmokestinamų pajamų*, kurias subjektas tais finansiniais metais gavo ES, viršija 50 mln. EUR.

Vázquez (2023) teigia, kad dabartinė skaitmeninių paslaugų mokesčio apibrėžtis pagal aukščiau pateiktus Europos Tarybos kriterijus nėra baigtinė ir tikriausiai gali būti pakoreguota, atsižvelgiant į suinteresuotųjų šalių kritiką.

Palyginus su skaitmeninio verslo subjektų pelno apmokestinimu, matyti, kad pajamų apmokestinime naudojama mažiau kriterijų, tačiau šie visi kriterijai turi būti tenkinami, kai pelno apmokestinimo atveju užtenka, kad būtų tenkinamas bent vienas kriterijus. Skaitmeninio paslaugų mokesčio objektas yra tik apmokestinamos pajamos, o pelno apmokestinimo atveju – pelnas ir / ar vartotojų skaičius bei sudarytų sutarčių kiekis (Bunn, Asen ir Enache, 2020). Tai skaitmeninio verslo subjekto pelno apmokestinimo administravimą daro sudėtingesnę ir problemiškesnę. Abu mokesčiai turi būti mokami tai valstybei narei, kurioje buvo sukurta vertė. Visgi čia kyla tam tikrų problemų. Kaip pastebi Gulbinas ir Jogminaitė (2020), modernių technologijų plėtra įgalina kompanijas sukurti naujoviškus verslo modelius – kiekvienas jų pasižymi nevienodai apskaičiuojama verte. Reikšminga dalis skaitmeninio verslo turto yra iš viso nemateriali, o tai formuoja teisinę problemą, kaip tinkamai apskaičiuoti objektų pobūdį, skaičių ir iš jų sugeneruotą pelną.

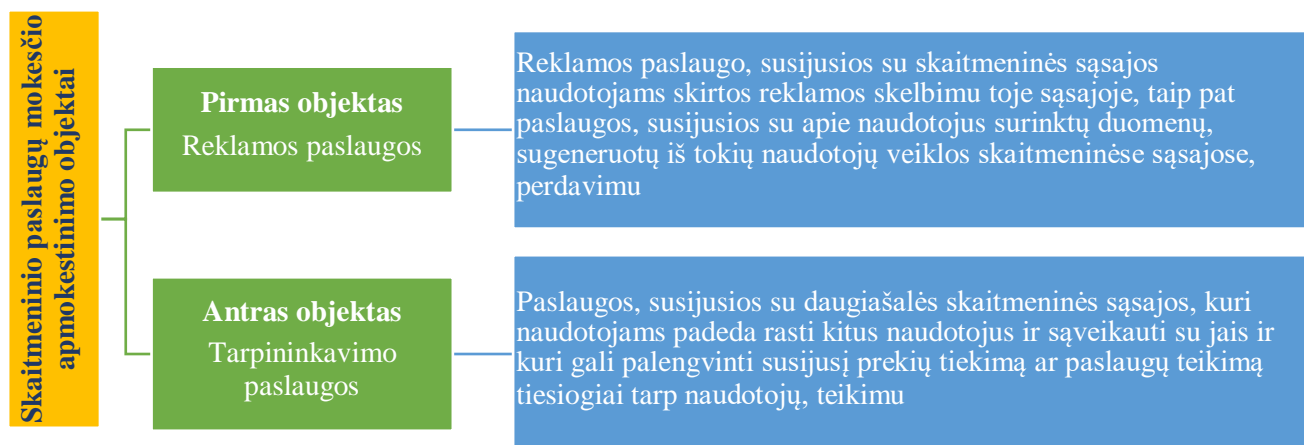
Nors Europos Komisijos pasiūlyme dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018), pelno apmokestinimo objektai tiesiogiai nėra nurodomi, tačiau remdamiesi kitais ES dokumentais, kurie aiškina šią ES direktyvą, Gulbinas ir Jogminaitė (2020) suformavo ir pateikė skaitmeninio verslo subjekto pelno apmokestinamų objektų klasifikaciją (2 pav.). Skaitmeninio verslo subjektų pelno apmokestinimo objektas, bendruoju požiūriu, yra apmokestinamas pelnas. Skaitmeninių paslaugų mokesčio atveju apmokestinimo objektas, bendruoju požiūriu, yra apmokestinamos pajamos.



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis Gulbinas ir Jogminaitė, 2020, p. 113–114; Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu, 2018

2 pav. Skaitmeninio verslo subjektų pelno apmokestinimo objektai

Abiejų šių skaitmeninio verslo mokesčių įdiegimas yra susietas su poreikiu transformuoti skaitmeninio verslo subjektų apmokestinimo sistemą. Palyginti su skaitmeninio verslo subjektų pelno apmokestinimo objektais (2 pav.), skaitmeninių paslaugų mokesčio objektų (3 pav.) yra mažiau – tai reklamos ir tarpininkavimo paslaugos.



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis ES Tarybos direktyvoje dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“, 2018, p. 7

3 pav. Skaitmeninio paslaugų mokesčio apmokestinimo objektai

Visgi šie abu mokesčiai yra susiję, nes iš reklamos ir tarpininkavimo paslaugų skaitmeninio verslo subjektai gali gauti pelno. Taigi jie bus įpareigoti konkrečioje ES valstybėje narėje mokėti ne tik pelno mokestį, bet ir skaitmeninių paslaugų mokestį, orientuotą į pajamų apmokestinimą. Simić (2021) nuomone, apibrėžiant tarpininkavimo paslaugas ES direktyvos pasiūlyme vartojami neaiškūs terminai, todėl ES valstybės narės gali skirtingai jas interpretuoti. Pagal 3 paveikslą, tradiciniais tarpininkavimo paslaugų teikėjais galima laikyti socialinius tinklus *FaceBook*, *Instagram* ar tokias vaizdo išteklių platformas kaip *YouTube* ir panašiai. Šie skaitmeninio verslo subjektai ne tik teikia tarpininkavimo paslaugas, bet ir naudojami reklamos paslaugų teikėjo statusu. Tai reiškia, kad į socialinius tinklus ar kitas skaitmeninių paslaugų platformas dažnai būna integruotos tiek tarpininkavimo, tiek reklamos paslaugos. Iš šių paslaugų komplekso teikimo yra sukuriama vertė, kuri generuoja pajamas ir pelną, o tai yra skaitmeninio verslo apmokestinimo objektai.

Į skaitmeninio verslo subjekto apmokestinamųjų pajamų sritį teisiškai neįeina su skaitmeniniu turiniu arba mokėjimo paslaugomis susijusios paslaugos, atitinkamai finansinių priemonių prekybos vietos ir investicinių paslaugų platformos, kaip reglamentuota Europos parlamento ir tarybos direktyvoje 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų, kuria iš dalies keičiamos Direktyva 2002/92/EB ir Direktyva 2011/61/ES (2014).

Skaitmeninių paslaugų mokestį ES valstybėje narėje, pagal ES Tarybos direktyvą dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018), privaloma mokėti už apmokestinamų pajamų, kurias apmokestinamasis asmuo gavo mokestiniu laikotarpiu, dalį, kuri laikoma gauta toje ES valstybėje narėje. Taip pat tame pačiame dokumente pripažįstama, kad teisę apmokestinti skaitmeninių paslaugų mokesčiu, turi ES valstybė narė, kurioje yra naudotojas, nepriklausomai nuo to, ar naudotojas prie skaitmeninio verslo subjekto pajamų generavimo prisidėjo piniginiu įnašu, ar ne. Tai yra logiškas sprendimas, nes kaip pastebi Hlaciuc (2019), dalis skaitmeninio verslo įmonių remiasi nemokamomis

prekėmis, kurios iš pažiūros yra nemokamos vartotojams teikiamos paslaugos, bet iš tikrųjų teikiamos mainais už informaciją apie vartotojų savybes.

Ne tik skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimas, bet ir administravimas kelia tam tikrų specifinių iššūkių. Skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimui įgyvendinti reikia naujų kokybinių kompetencijų ir įgūdžių mokesčių administravimo institucijose. Jos ne tik turi sėkmingai veikti tarpinstituciniu ir tarpvalstybiniu lygmeniu, bet ir išmanyti skaitmeninio verslo apmokestinimo specifika, kuri skiriasi nuo tradicinių mokesčių administravimo.

Bentley (2020) pažymi, kad skaitmeninio verslo mokesčių administravimui reikia investuoti į išteklius ir infrastruktūrą bei atidžiai valdyti skaitmeninę riziką. Tai reiškia, kad reikia pritraukti ir išlaikyti darbo jėgą, turinčią reikiamų įgūdžių ir gebėjimų bei vykdyti nuolatinius mokymus, kaip juos išlaikyti. Jei tai daroma gerai, skaitmeninis mokesčių administravimas palaiko tvarų vystymąsi, augimą ir didina piliečių pasitikėjimą.

Bunn, Asen ir Enache (2020) teigia, kad įvedus skaitmeninių paslaugų mokestį, šaliai atsiranda naujų administracinių ir atitikties išlaidų. Vyriausybės turi pateikti išsamias gaires, kaip apskaičiuojamas ir pervedamas skaitmeninių paslaugų mokestis, kaip jį administruoti ir vykdyti. Tuo pačiu metu įmonės privalo nustatyti naudotojų buvimo vietą ir apmokestinamąją bazę.

Apibendrinant galima teigti, kad formuojant skaitmeninio verslo apmokestinimo taisykles, ES ir EBPO šalyse siekiama atsakyti į du fundamentalius klausimus: kurioje šalyje skaitmeninio verslo įmonė turėtų mokėti pelno ar pajamų mokestį ir kas turėtų būti apmokestinimo objektu. Skaitmeninių paslaugų mokesčio apmokestinamuoju asmeniu laikomas subjektas, kurio pasaulinės pajamos viršija 750 mln. EUR, o ES pajamos – 50 mln. EUR. Skaitmeninio paslaugų mokesčio objektas yra tik apmokestinamos pajamos, o pelno apmokestinimo atveju – pelnas ir / ar vartotojų skaičius bei sudarytų sutarčių kiekis. Abiejų šių skaitmeninio verslo mokesčių įdiegimas yra susietas su poreikiu moderniai transformuoti skaitmeninio verslo subjektų apmokestinimo sistemą. Skaitmeninių paslaugų mokesčio objektai yra reklamos ir tarpininkavimo paslaugos. Skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimui įgyvendinti reikia naujų kokybinių kompetencijų ir įgūdžių mokesčių administravimo institucijose. Įvedus skaitmeninių paslaugų mokestį, ES valstybei narei atsiranda naujų administravimo kaštų. Vyriausybės turi pateikti detalias gaires, kaip nustatomas ir pervedamas skaitmeninių paslaugų mokestis, kaip tokį mokestį tinkamai administruoti ir įgyvendinti.

1.4. Skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizė

Skaitmeninių paslaugų mokesčio naudojimo praktikos analizė leidžia pateikti praktines įžvalgas, kaip yra įgyvendinamas skaitmeninių paslaugų mokestis įvairiose šalyse. Iš esmės, tiriant pasirinktą darbo objektą, tai leidžia suderinti du požiūrius – teorinį (teisinį) ir praktinį.

Juswanto ir Abiyunus (2022) pastebi, kad nesant pasauliniu mastu priimto sprendimo, kai kurios šalys nusprendė įgyvendinti laikinąsias skaitmeninių paslaugų apmokestinimo priemones.

Kiekviena šalis ieško savų sprendimų, ar ir kaip įdiegti skaitmeninių paslaugų mokestį. Teigiama, kad kol kas vis dar nėra visuotinių reglamentų, reglamentuojančių skaitmeninio verslo (tarp jų ir skaitmeninių paslaugų) apmokestinimą. Galiojantys reglamentai vis dar yra atskirų politikos krypčių, pagrįstų ES arba pasaulinės politikos institucijų, tokių kaip EBPO, pasiūlymais. Taip atsitikę yra todėl, kad vis dar skiriasi šalių nuomonės dėl pajamų, gautų iš skaitmeninių paslaugų sandorių, apmokestinimo teisių. Kiekviena Europos šalis, suinteresuota apmokestinti skaitmeninių paslaugų sandorius, siekia nustatyti skaitmeninių paslaugų mokesčius pagal ES pasiūlymus (Alfandia, 2019).

Atskiros nacionalinės valstybės pasaulyje yra sukūrusios savas įvairias ir nenuoseklias skaitmeninių paslaugų apmokestinimo priemones, tačiau jos nefunkcionuoja efektyviai, kai skaitmeninių paslaugų komerciniai santykiai peržengia tų valstybių sienų ribas. Dažniausiai tokių paslaugų apmokestinimo sistemos tinka fizinių prekių komerciniams santykiams reguliuoti ir administruoti, ko negalima pasakyti apie skaitmeninių paslaugų specifinį (virtualų) pobūdį (Chen, 2015). Todėl valstybiniu, regioniniu mastu (pavyzdžiui, ES) užsibrėžta įdiegti vieningą skaitmeninio verslo apmokestinimo sistemą, kuri būtų teisinga ir sąžininga kiekvienos valstybės narės, kurioje generuojama skaitmeninio verslo vertė, atžvilgiu. Skirtingos ES valstybės narės siekia įdiegti nurodymus pagal ES direktyvas, kaip apmokestinti skaitmeninį verslą (taigi ir skaitmenines paslaugas).

Kai kurios pasaulio šalys pasirinko skaitmeninių paslaugų apmokestinimą, naudojant taip vadinamus išskaičiuojamuosius mokesčius. 2018 m. Malaizijos vidaus pajamų valdyba išleido pranešimą, kuriame reikalaujama, kad Malaizijos gyventojai išskaičiuotų skaitmeninės reklamos mokesčius, mokamus nerezidentams, paprastai 10 proc. tarifo dydžio. Tais pačiais metais Pakistanas įvedė 5 proc. tarifo mokestį mokėjimams už įvairias skaitmenines paslaugas, kurias teikia nerezidentai. Šiuo atveju prievolė daugiausia tenka bankams ir finansų įstaigoms. Kai kurios kitos šalys, įskaitant Taivaną, Tailandą, Kosta Riką, Meksiką ir Vietnamą, įgyvendino panašias taisykles, pagal kurias vietiniai mokesčių mokėtojai (arba finansinės institucijos) turi išskaičiuoti mokesčius nerezidentų skaitmeninių paslaugų teikėjo vardu. Nuo 2020 m. gruodžio mėn. Argentina įvedė 5 proc. tarifo išskaičiuojamąjį mokestį už statymus per skaitmeninę platformą (Cebreiro-Gómez et al., 2021).

Nuo 2016 m. birželio mėn. Indija įvedė taip vadinamą „išlyginimo mokestį“ – 6 proc. tarifo mokestį už bendrąsias pajamas, gaunamas iš nerezidentų įmonių teikiamų internetinės reklamos paslaugų. Nuo 2020 m. balandžio mėn. minėtas mokestis buvo išplėstas ir taikomas 2 proc. tarifo mokestis pajamoms iš elektroninės prekybos operatorių, kurie yra įmonės nerezidentai, neturintys nuolatinės buveinės Indijoje ir jiems netaikomas jau esamas 6 proc. tarifo išlyginamasis mokestis (Bunn, Asen ir Enache, 2020).

2021 m. balandžio mėn. Kanados vyriausybė pasiūlė 3 proc. tarifo skaitmeninių paslaugų mokestį, kuris įsigaliojo nuo 2022 m. sausio 1 d. Didelėms įmonėms taikomas mokestis, orientuotas į pajamų srautus iš internetinės rinkos, socialinės žiniasklaidos, internetinės reklamos ir vartotojų duomenų (Cebreiro-Gómez et al., 2021). Naujasis skaitmeninių paslaugų mokestis ES taikomas nuo 2020 metų sausio mėnesio 1 dienos, naudojant, kaip rekomenduojama, fiksuotą 3 proc. tarifą nuo bendrųjų pajamų iš tam tikrų skaitmeninių paslaugų (Kotina et al., 2020), kurios jau buvo aptartos 1.3 skyriuje.

2018 m. spalio mėnesį Jungtinės Karalystės vyriausybė paskelbė, kad įves skaitmeninių paslaugų mokestį, kuris realiai buvo įvestas 2020 m. balandžio mėnesį. Jungtinės Karalystės skaitmeninių paslaugų apmokestinimo taisyklės skiriasi nuo daugelio Europos šalių, nes daugiausia dėmesio skiriama verslo modelio, o ne skaitmeninių paslaugų apmokestinimo pobūdžiui. Jungtinės Karalystės skaitmeninių paslaugų mokestis (2 proc. tarifas) taikomas paieškos sistemoms, socialinės žiniasklaidos platformoms ir internetinėms prekyvietėms, kuriose pajamos yra susietos su Jungtinės Karalystės vartotojų dalyvavimu. Skirtingai nuo kitų Europos šalių, šių platformų internetinės reklamos pajamos priskiriamos pagal numatomą auditoriją, o ne pagal vietą ar faktinių peržiūrų skaičių. Jungtinės Karalystės taisyklėse yra keletas kitų unikalių bruožų, įskaitant alternatyvų apmokestinimo pagrindą ir specialią kovos su vengimu taisyklę. Jungtinė Karalystė apskaičiavo, kad dėl skaitmeninių paslaugų apmokestinimo 2020–2021 m. gaus 280 mln. svarų sterlingų mokestinių pajamų, o 2024–2025 m. ši suma padidės iki 515 mln. svarų sterlingų (Cebreiro-Gómez et al., 2021).

2019 metais kelios Europos šalys paskelbė apie planus įgyvendinti skaitmeninių paslaugų mokestį. Anot Hlaciuc (2019), pirmoji ES šalis, perkėlus ES siūlomą skaitmeninių paslaugų apmokestinimą į nacionalinį lygmenį ir pritaikiusi 3 proc. skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifą, buvo Prancūzija, kuri 2019 m. rugpjūčio mėn. priėmė GAFA įstatymą (akronimas iš didžiųjų skaitmeninių paslaugų teikėjų „Google“, „Apple“, „Facebook“ ir „Amazon“ pavadinimų).

Kotina ir kt. (2020) teigia, kad Prancūzija įvedė vadinamąjį „GAFA mokestį“, siekdama užtikrinti, kad pasauliniai interneto milžinai sumokėtų teisingą mokesčių dalį už savo didžiules verslo operacijas Europoje. Šis mokestis taikomas nuo 2019 m. sausio 1 d. ir jau padidino federalinio biudžeto pajamas 23 proc. Prancūzija yra viena iš šalių, taikančių mokestį skaitmeninėms paslaugoms, nepaisant to, kad JAV pradėjo tyrimą dėl šio mokesčio naudojimo diskriminacinio pobūdžio.

Nuo 2020 m. sausio 1 d. Italija naudoja 3 proc. mokestį, taikomą apmokestinamoms pajamoms, gautoms iš skaitmeninių paslaugų (Hlaciuc, 2019). Italijoje 2018 m. Finansų įstatymas įvedė interneto mokestį, taikomą interneto paslaugoms, kurioms būdingas minimalus žmogaus įsikišimas ir gyventojų bei nerezidentų teikiamų technologijų naudojimas. Minimali mokesčio mokėjimo riba yra 3000 operacijų per metus. Taikant specialųjį apyvartos mokestį į sąnaudas neatsižvelgiama ir jis neapmokestinamas pajamų mokesčiu. Italija taip pat priėmė naują sandorių kainodaros taisyklę, kuri

numato naudoti kitus vertinimo metodus, o ne sąnaudomis pagrįstus rodiklius, siekiant nustatyti ilgalaikes skaitmeninių operacijų kainas (Kotina et al., 2020).

Cebreiro-Gómez ir kt. (2021) teigimu, 2019 m. spalį Austrija priėmė teisės aktą, nustatantį savo skaitmeninių paslaugų mokestį. Austrijos taisyklės yra siauresnės ir taikomos tik reklamai internete, o ne tarpininkavimo paslaugoms. Pasak Hlaciuc (2019), Austrija 2020 metais įgyvendino skaitmeninių paslaugų apmokestinimą, tačiau apyvartai, gautai iš skaitmeninių paslaugų teikimo, taiko 5 proc. mokesčio tarifą. Graikija, Vengrija, Slovakija yra kitos ES valstybės narės, kurios rado būdą, kaip GAFA mokestį įgyvendinti savo nacionaliniuose įstatymuose, individualiai, nelaukiant, kol bus įgyvendinta bendroji kvota ES lygiu.

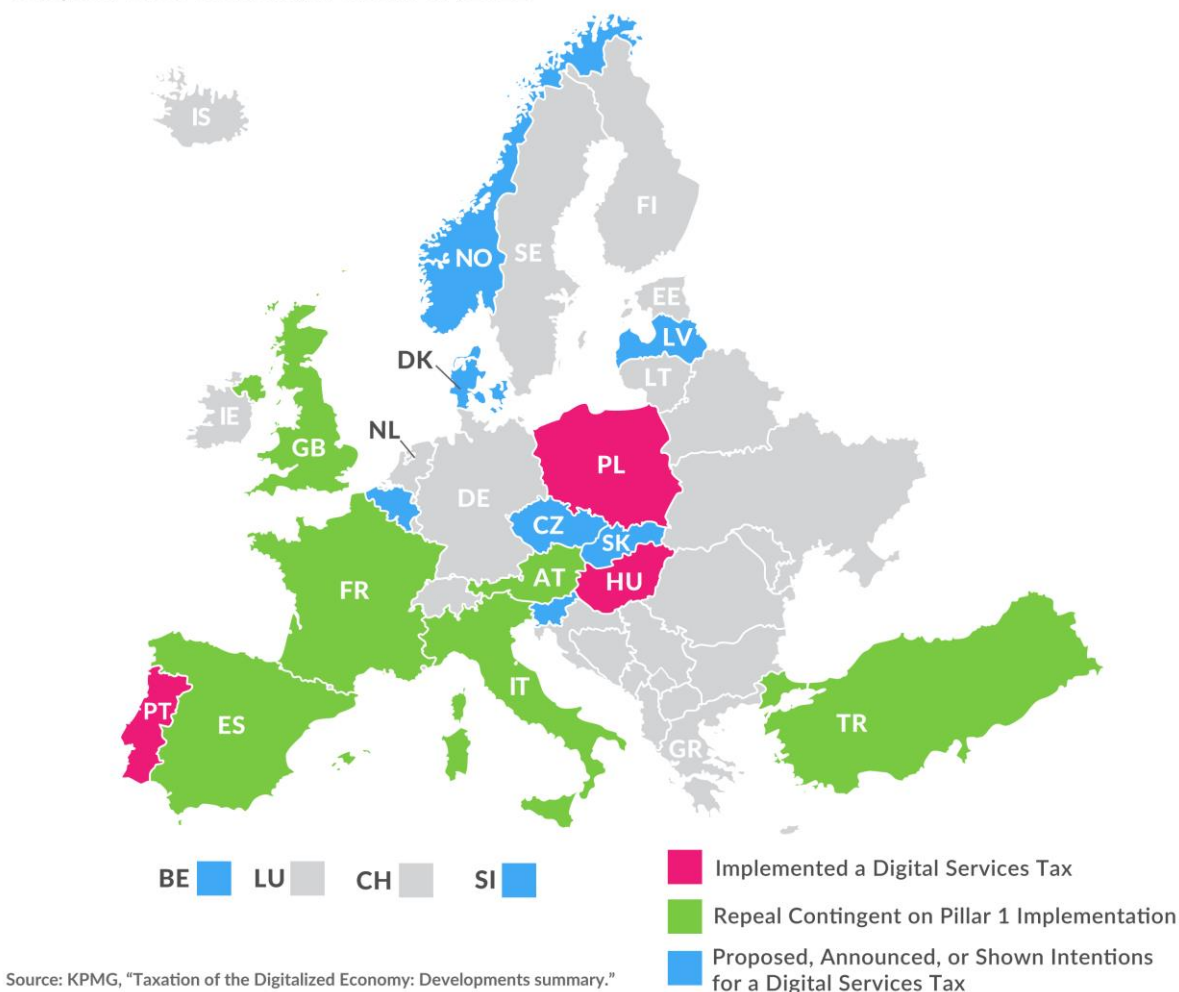
2020 m. spalio mėn. buvo priimtas Ispanijos skaitmeninių paslaugų mokestis, kuris įsigaliojo nuo 2021 m. sausio 1 d. Ispanijos skaitmeninių paslaugų mokestis sudarytas, griežtai laikantis ES pasiūlymo dėl naudotojo buvimo vietos skelbimo peržiūros metu. Turkijos skaitmeninių paslaugų mokestis buvo pradėtas taikyti nuo 2020 m. kovo 1 d. ir, nors panašios taikymo srities, jo mokesčių tarifas yra didesnis, t. y. sudaro 7,5 proc. (Cebreiro-Gómez et al., 2021).

Nuo 2020 m. sausio mėn. Austrija, Prancūzija, Vengrija, Italija, Lenkija, Portugalija, Ispanija, Jungtinė Karalystė ir Turkija įvedė skaitmeninių paslaugų mokestį. Belgija, Čekija, Slovakija paskelbė pasiūlymus priimti skaitmeninių paslaugų mokestį, o Latvija, Norvegija ir Slovėnija oficialiai paskelbė arba atskleidė savo ketinimus dėl tokio mokesčio įvedimo (Asen & Bunn, 2021). Skaitmeninių paslaugų mokesčių taikymas labai skiriasi pagal savo struktūrą (4 pav.).

Pavyzdžiui, Austrija ir Vengrija apmokestina tik internetinės reklamos pajamas, o Prancūzijos mokesčių bazė yra daug platesnė, įskaitant pajamas iš skaitmeninės sąsajos suteikimo, tikslinės reklamos ir apie vartotojus surinktų duomenų perdavimą reklamos tikslais. Mokesčių tarifai svyruoja nuo 2 proc. Jungtinėje Karalystėje iki 7,5 proc. Vengrijoje ir Turkijoje (nors mokesčių tarifas Vengrijoje buvo laikinai sumažintas iki 0 proc.) (Kotina et al., 2020; Asen & Bunn, 2021, 2022).

Digital Services Taxes in Europe

Legislative Status of Digital Services Taxes (DSTs) in European OECD Countries, as of June 27, 2022



TAX FOUNDATION

@TaxFoundation

Šaltinis: Asen & Bunn, 2022

4 pav. Skaitmeninio paslaugų mokesčio paplitimas Europoje

4 paveikslas parodo ne tik, kurios šalys naudoja skaitmeninių paslaugų mokestį ir jį suderina su 1-ojo ramsčio reikalavimais, bet ir reprezentuoja tai, kurios Europos šalys savo praktikoje nenaudoja skaitmeninių paslaugų mokesčio. Kaip matyti, tai daugiausiai yra Centrinės, Rytų ir Šiaurės Europos EBPO šalys. Tarp šių šalių yra ir Lietuva. Skaitmeninių paslaugų / produktų mokesčiai Europos šalyse yra detalizuojami toliau pateikiamoje 2 lentelėje.

2 lentelė. Skaitmeninių paslaugų / produktų mokesčiai Europos šalyse

Šalis	Mokesčio tarifas	Taikymo sritis	Pasaulinė pajamų riba	Vidinės rinkos pajamų riba	Statusas
Austrija	5 proc.	Interneto reklama	750 mln. EUR.	25 mln. EUR.	Įgyvendinta
Belgija	3 proc.	Vartotojų duomenų pardavimas	750 mln. EUR.	5 mln. EUR.	Siūloma

Šalis	Mokesčio tarifas	Taikymo sritis	Pasaulinė pajamų riba	Vidinės rinkos pajamų riba	Statusas
Čekija	5 proc.	Tikslinė reklama; daugiašalių skaitmeninių sąsajų naudojimas; naudotojo duomenų teikimas (taikomos papildomos ribos)	750 mln. EUR.	100 mln. Čekijos kronų (4 mln. JAV dolerių)	Siūloma
Danija	6 proc.	Internetinės transliacijos paslaugos	Nėra duomenų	Nėra duomenų	Siūloma
Prancūzija	3 proc.	Skaitmeninės sąsajos teikimas; reklamos paslaugos, pagrįstos vartotojų duomenimis	750 mln. EUR.	25 mln. EUR.	Įgyvendinta
Vengrija	7,5 proc.	Pajamos iš reklamos	100 mln. Vengrijos forintų (344 tūkst. JAV dolerių)	Nėra duomenų	Įgyvendinta
Italija	3 proc.	Reklama skaitmeninėje sąsajoje; daugiašalė skaitmeninė sąsaja, leidžianti vartotojams pirkti / parduoti prekes ir paslaugas; vartotojo duomenų, sugeneruotų naudojant skaitmeninę sąsają, perdavimas	750 mln. EUR.	5,5 mln. EUR.	Įgyvendinta
Latvija	3 proc.	-	-	-	Paskelbta / rodo ketinimą
Norvegija	-	-	-	-	
Slovėnija	-	-	-	-	
Slovakija	-	-	-	-	
Estija	-	-	-	-	Paskelbta / rodo ketinimą (nuo 2022 m.)
Lenkija	1,5 proc.	Audiovizualinės žiniasklaidos paslauga ir komercinis audiovizualinis pranešimas	-	-	Įgyvendinta
Portugalija	4 proc., 1 proc.	Komerciniai garso ir vaizdo pranešimai vaizdo dalijimosi platformose (4 proc.); užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata	-	-	Įgyvendinta
Ispanija	3 proc.	Internetinės reklamos paslaugos; internetinės reklamos pardavimas; vartotojo duomenų pardavimas	750 mln. EUR.	3 mln. EUR.	Įgyvendinta

Šalis	Mokesčio tarifas	Taikymo sritis	Pasaulinė pajamų riba	Vidinės rinkos pajamų riba	Statusas
Turkija	7,5 proc.	Internetinės paslaugos, įskaitant skelbimus, turinio pardavimą ir mokamas paslaugas socialinės žiniasklaidos svetainėse	750 mln. EUR.	20 mln. Turkijos lirų (4 mln. JAV dolerių)	Įgyvendinta
Jungtinė Karalystė	2 proc.	Socialinės žiniasklaidos platformos; interneto paieškos sistemos; internetinė prekyvietė	500 mln. svarų sterlingų (638 mln. JAV dolerių)	25 mln. svarų sterlingų (32 mln. JAV dolerių)	Įgyvendinta

Šaltinis: Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020

Iš 2 lentelės galimi išskirti šiuos pasireiškiančius skaitmeninių paslaugų mokesčio naudojimo skirtumus Europos EBPO šalyse:

1. Skiriasi skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifai.
2. Skiriasi skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sritys.
3. Skiriasi pasaulinės ir vidinės rinkos pajamų ribos, nuo kurių apmokestinamas skaitmeninių paslaugų teikėjas.

Visa tai rodo, kad Europos EBPO šalyse stokojama vieningos skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimo ir įgyvendinimo sistemos. Hak ir kt. (2021b) pripažįsta, kad ES šalys pažengė į priekį, įvesdamos arba siūlydamos vienašales priemones, kaip apmokestinti skaitmenines paslaugas. ES teritorijoje diegiami ir siūlomi nacionaliniai skaitmeniniai mokesčiai gali būti suskirstyti į tris grupes – pagal mokesčio rūšį, mokesčio apimtį ir mokestinę bazę.

Anot Asen ir Bunn (2021, 2022), Europos šalyse naudojami skaitmeninių paslaugų mokesčiai paprastai buvo laikomi laikinomis priemonėmis, kol nebuvo pasiektas susitarimas EBPO lygmeniu, o dabar, kai toks susitarimas bus pasiektas, svarbu stebėti, kaip šalys keičia ar panaikina savo skaitmeninių paslaugų mokesčius. Be to, ES nuo 2023 metų ketina įdiegti savo skaitmeninę rinkliavą. Tuo pat metu JT į JT pavyzdinę mokesčių konvenciją įtraukė specialias nuostatas dėl pajamų iš automatizuotų skaitmeninių paslaugų, kurios būtų taikomos sutarties šalims, sutinkančioms ją įtraukti (Tax treatment of payments for digital service, 2020, 12B straipsnis).

Maždaug pusė visų Europos EBPO šalių paskelbė, pasiūlė arba įgyvendino skaitmeninių paslaugų mokesčius. Kadangi šie mokesčiai daugiausia paveikia JAV įmones ir todėl yra suvokiami kaip diskriminaciniai, JAV į šią Europos politiką sureagavo atsakomaisiais tarifais (Asen & Bunn, 2021; Bunn, Asen ir Enache, 2020).

Praktinei analizei tikslinga pasitelkti ne tik ES, bet ir JAV patirtį. Chen (2015) akcentuoja, kad JAV valstijose nėra bendro skaitmeninių paslaugų mokesčio, taikomo nacionaliniu mastu (išskyrus atsakomuosius tarifus Europos ESBO šalims – autoriaus pastaba), todėl tai lemia skaitmeninių

paslaugų apmokestinimo sistemos netolygumą ir neefektyvumą. Autorė siūlo JAV nustatyti fiksuoto dydžio federalinį mokestį už skaitmeninį turinį ir paskirstyti pajamas tarp įvairių valstijų pagal gyventojų skaičių arba interneto prieigą. Nors tokį mokestį būtų lengva nustatyti ir administruoti, jis būtų panašus į gyventojų mokestį, tačiau galėtų nepakankamai išspręsti sąžiningumo ir efektyvumo problemas. Kita alternatyva – sukurti mokestį taip, kad jis tiksliai atspindėtų fizinio produkto mokestį. Nors toks mokestis būtų naudingas efektyvumo požiūriu, jį būtų sunku ir brangu administruoti, ypač atsižvelgiant į tai, kad viena iš pagrindinių srautinio perdavimo produktų vartotojų grupių yra itin mobilūs gyventojai. Administravimo problemos ypač išryškėja pateikiant pavyzdį apie keliautoją, kuris gali naudoti skaitmeninį turinį du kartus per dieną važinėdamas į darbą ir atgal, kirsdamas kelių JAV valstijų sienas. Tai, kad egzistuoja šimtai skirtingų vietinių skaitmeninių produktų mokesčių sistemų dar labiau didina problemos mastą. Siekiant išspręsti šias problemas, būtina sukurti vienodas skaitmeninių paslaugų apmokestinimo taisykles JAV federaliniu lygmeniu. Vienas iš iššūkių čia yra išlaikyti subtilią pusiausvyrą tarp valstijų suverenios galios įvedant mokesčius, kuriuos tradiciškai reguliuoja atskiros valstijos, ir ekonomikos reguliavimo nacionaliniu mastu. Kitas svarbus iššūkis – rasti pusiausvyrą tarp efektyvumo, sąžiningumo ir administravimo principų įgyvendinimo.

Apibendrinant galima teigti, kad kiekviena šalis ieško savų sprendimų, ar ir kaip įdiegti skaitmeninių paslaugų mokestį. Tai lemia skirtingą skaitmeninių paslaugų mokesčio naudojimo praktiką ir paplitimą. Europos EBPO šalyse skaitmeninių paslaugų mokesčių naudojimas skiriasi pagal įvairius aspektus – skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas, taikymo sritis bei pasaulinės ir vidinės rinkos pajamų ribas, nuo kurių apmokestinamas skaitmeninių paslaugų teikėjas. Taigi skaitmeninių paslaugų mokesčių taikymas labai skiriasi pagal savo struktūrą. Pavyzdžiui, Austrija ir Vengrija apmokestina tik internetinės reklamos pajamas, o Prancūzijos mokesčių bazė yra daug platesnė. Mokesčių tarifai svyruoja nuo 2 proc. Jungtinėje Karalystėje iki 7,5 proc. Turkijoje. Skaitmeninio paslaugų mokesčio savo praktikoje daugiausiai nenaudoja Centrinės, Rytų ir Šiaurės Europos EBPO šalys. Tarp šių šalių yra ir Lietuva. Visa tai rodo, kad Europos EBPO šalyse stokojama vieningos skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimo ir įgyvendinimo sistemos.

2. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO LIETUVOJE TYRIMO METODOLOGIJA

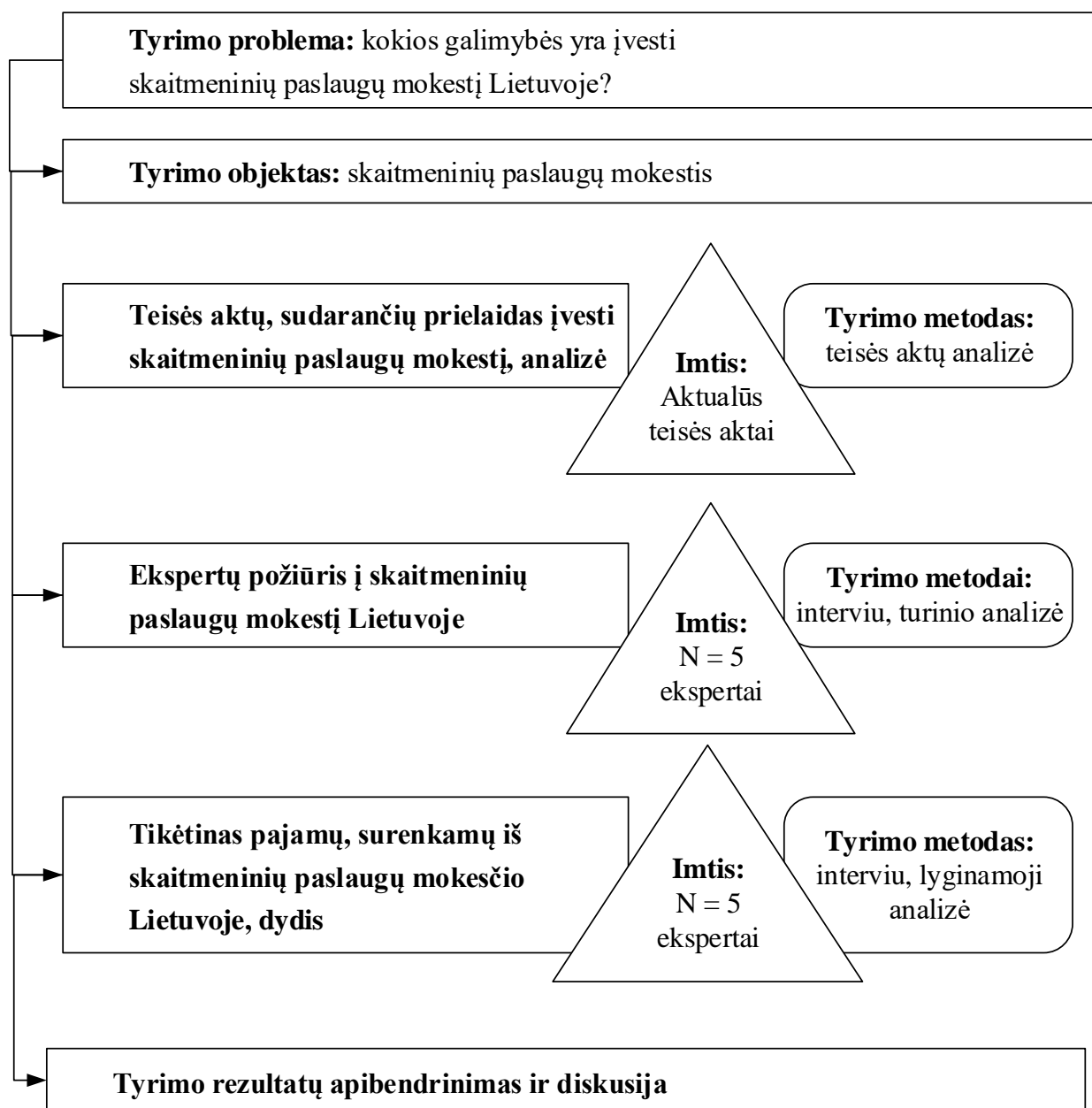
2.1. Tyrimo koncepcija

Skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje tyrimas yra aktualus dėl to, kad nuo 2020 m. sausio mėn. dalis Europos EBPO valstybių – tokių, kaip Austrija, Prancūzija, Vengrija, Italija, Lenkija, Portugalija, Ispanija, Jungtinė Karalystė ir Turkija – įvedė skaitmeninių paslaugų mokestį, dalis EBPO šalių tą planuoja padaryti artimiausiu laiku (Asen & Bunn, 2021). Todėl iškyla poreikis išsamiai ištirti, kokios yra galimybės įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį mūsų šalyje, kokią tai įtaką darytų biudžetinių pajamų surinkimui iš naujo mokesčio ir pan.

Mokslinės literatūros analizė patvirtino, kad skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimas tapo būtinu dalyku, nes, kaip parodė praktika, susidarė tokia nepalanki situacija, kad skaitmeninio verslo subjektas mokėjo mokesčius toje šalyje, kurioje buvo įregistruota jo buveinė, o kitos valstybės negaudavo mokestinių pajamų, nepaisant to, kad čia buvo sukuriama to verslo subjekto vertė (Chen, 2015; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Kotina et al., 2020; Hlaciuc, 2019; Sidik, 2022; Juswanto & Abiyunus, 2022; Mehta, 2022; Bankole & Adetoro, 2022; Onuoha & Gillwald, 2022; Hak et al., 2021a ir b). Skaitmeninių paslaugų mokestis dabartinėmis sąlygomis laikomas nauju mokesčiu, adekvačiu pakitusioms sąlygoms skaitmeninės ekonomikos srityje, kai poreikis apmokestinti skaitmeninį verslą įgavo aktualumą, siekiant valstybėms gautinių mokestinių pajamų iš naujo mokesčio, ko anksčiau nebuvo galima gauti, ir tai buvo nesąžininga tų valstybių požiūriu, kuriose buvo generuojama skaitmeninio verslo subjekto vertė.

Skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinė analizė parodė, kad mums reikėtų remtis Europos Komisijos pasiūlymu dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018), taip pat ES Tarybos direktyva dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018). Taip pat skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizė, pagrįsta įvairių užsienio šalių patirtimi, atskleidė, kad skirtingos užsienio valstybės aktyviai ieško savų sprendimų, ar ir kaip įdiegti skaitmeninių paslaugų mokestį savo aplinkoje (Alfandia, 2019; Chen, 2015; Cebreiro-Gómez et al., 2021; Bunn, Asen ir Enache, 2020; Kotina et al., 2020; Asen & Bunn, 2021; Jak et al., 2021b). Todėl būtina įvertinti, kurių šalių gerą patirtimi Lietuva galėtų pasikliauti, kad galėtų sėkmingai įvesti (reglamentuoti ir administruoti) skaitmeninių paslaugų mokestį, kuris suteiktų apčiuopiamą naudą mūsų valstybės socialiniam ir ekonominiam gyvenimui.

Remiantis aukščiau išdėstytomis teorinėmis mokslinėmis nuostatomis, šiame darbe suformuluota tyrimo koncepcijos schema (5 pav.). Pagal šią schemą, bus siekiama atsakyti į probleminį klausimą – kokios galimybės yra įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje.



Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus

5 pav. Tyrimo koncepcijos schema

Tyrimo tikslas – įvertinti skaitmeninių paslaugų mokesčio galimybes Lietuvoje.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti teisės aktų, sudarančių prielaidas įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizė.
2. Ištirti ekspertų požiūrį į skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimą Lietuvoje.

3. Nustatyti tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį.
4. Palyginti empirinio tyrimo rezultatus ir pateikti diskusiją.

Tyrimo laikotarpis – 2023 metai. Empirinis tyrimas susideda iš šių etapų:

1. Teisės aktų, sudarančių prielaidas įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizė. Pagrindinis analizuojamas teisės aktas yra LR pelno mokesčio įstatymas. Šiuo kokybiniu tyrimu siekiama įvertinti, kiek įstatymas yra keistinas, siekiant apmokestinti skaitmeninio verslo subjekto, neturinčio buveinės, bet generuojančio vertę Lietuvoje, pelną.
2. Ekspertų požiūris į skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje. Šiuo kokybiniu tyrimu siekiama identifikuoti kompetentingų savo srities specialistų nuomonę apie tai, kokios yra galimybės įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį mūsų šalyje.
3. Tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis nustatomas, remiantis ekspertiniu vertinimu, taikant interviu metodą. Remiantis ekspertų prognoze, gauti rezultatai yra palyginami su užsienio šalių esama ar planuojama patirtimi skaitmeninio paslaugų mokesčio surinkime.
4. Tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija yra skirti palyginti tyrimų rezultatus, taip pat palyginti kitų autorių mokslinių tyrimų kontekste. Tokiu būdu gaunama didesnė empirinio tyrimo praktinė reikšmė ir taikomoji nauda.

2.2. Tyrimo metodai

Siekiant tyrimo tikslo ir uždavinių įgyvendinimo, būtina parinkti tinkamus tyrimo metodus:

1. Teisės aktų analizė yra kokybinis tyrimas, nukreiptas į teisės aktų, sudarančių prielaidas įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, turinio analizavimą. Pagrindinis analizuojamas dokumentas – Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas, siekiant nustatyti, kaip mūsų šalyje reglamentuojamas pelno mokestis pagal nacionalinę teisę.
2. Ekspertų interviu – tai kokybinis duomenų rinkimo tyrimas, kuriuo siekiama nustatyti kompetentingų savo srities specialistų nuomonę apie tai, kokios yra galimybės įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį mūsų šalyje. Šiuo atveju pasitelkiamas pusiau struktūruotas interviu, kuris rodo, kad interviu metu taikomas iš anksto parengtas klausimų sąrašas, kuris gali būti papildytas, modifikuotas, pakeistas, atsižvelgiant į tai, kokie gaunami pašnekovų atsakymai ir kaip išsamiai jie atsako į ankstesnius klausimus. Pavyzdžiui, į vieną klausimą informantas gali atsakyti taip išsamiai, kad atsakytų ir į kitą klausimą, todėl pastarojo uždavimas netenka prasmės (Okoko et al., 2022; Dane & Carhart, 2022). Analizuojant kokybinio tyrimo duomenis, pasitelkta interviu turinio

(angl. *content*) analizė. Ekspertų atsakymai yra skirstomi, naudojant prasminį ir loginį kriterijus, apjungiant juos į tam tikras grupes – kategorijas ir subkategorijas, kurių pagrindas – konkretūs teiginiai (prasminiai vienetai), pagrindžiantys informantų mintis (Flick, 2022; Kumar, 2019).

- Lyginamoji analizė yra skirti palyginti gautus empirinio tyrimo rezultatus. Tokiu būdu galima ne tik palyginti tyrimų duomenis, bet ir daryti išvadas, pagrindžiant jas diskusija, t. y. kitų mokslinių tyrimų rezultatais.

Daroma išvada, kad įvairių tyrimo metodų taikymas šiame darbe leidžia geriau iširti tyrimo objektą ir suformuluoti patikimesnes išvadas.

2.3. Tyrimo instrumentas

Šiame darbe naudotas interviu klausimynas, skirtas ekspertams (žr. 1 priedą). Klausimyną sudaro 5 klausimai. Toks klausimų skaičius pasirinktas dėl to, kad į mažiau klausimų ekspertai atsako noriau, be to, jie yra labai užimti žmonės ir turi nedaug laiko atsakyti į klausimus, todėl klausimyne buvo siekiama susikoncentruoti į tyrimo esmę ir gauti atsakymus į svarbiausius dalykus. Interviu klausimyno turinio pagrindimas pavaizduotas 3 lentelėje.

3 lentelė. Interviu klausimyno turinio pagrindimas

Klausimas	Klausimo paskirtis	Sąsajos su teorine dalimi	Šaltiniai
1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.	Nustatyti ekspertų nuomonę, kodėl reikia įvesti skaitmeninių paslaugų mokesť mūsų šalyje.	1.1 skyrius	Chen, 2015; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Kotina et al., 2020; Hlaciuc, 2019; Mehta, 2022; Sidik, 2022
2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?	Identifikuoti ekspertų nuomonę, ką reikėtų padaryti / pakeisti, norint įvesti skaitmeninių paslaugų mokesť mūsų šalyje.	1.3 skyrius	Bunn, Asen ir Enache, 2020; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Simić, 2021; Bentley, 2020; Hak ir kt., 2021a ir b
3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?	Nustatyti ekspertų nuomonę, koks turėtų būti skaitmeninių paslaugų mokestis mūsų šalyje.	1.3 skyrius, 1.4 skyrius	Bunn, Asen ir Enache, 2020; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Simić, 2021; Bentley, 2020; Hak ir kt., 2021a ir b
4. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokesť? Kodėl taip manote?	Identifikuoti ekspertų nuomonę dėl to, kurių užsienio valstybių gerėja patirtimi reikėtų kliautis, norint įvesti skaitmeninių paslaugų mokesť	1.4 skyrius	Alfandia, 2019; Chen, 2015; Cebreiro-Gómez et al., 2021; Bunn, Asen ir Enache, 2020; Kotina et al., 2020; Asen & Bunn, 2021; Hak ir kt., 2021a ir b.

Klausimas	Klausimo paskirtis	Sąsajos su teorine dalimi	Šaltiniai
	mūsų šalyje.		
5. Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo ir administravimo pasekmės Lietuvoje? Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kodėl taip manote?	Nustatyti ekspertų nuomonę dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio pasekmių ir naudos Lietuvai.	1.3 skyrius	Bunn, Asen ir Enache, 2020; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Simić, 2021; Bentley, 2020; Juswanto & Abiyunus, 2022
6. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.	Nustatyti tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį.	1.3 skyrius	Bunn, Asen ir Enache, 2020; Gulbinas ir Jogminaitė, 2020; Simić, 2021; Bentley, 2020; Juswanto & Abiyunus, 2022

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus

Pirmais dviem klausimais siekiama nustatyti ekspertų nuomonę, kodėl reikia įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį mūsų šalyje ir ką reikėtų padaryti / pakeisti, norint įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje. Trečiuoju klausimu norima nustatyti ekspertų nuomonę, koks turėtų būti skaitmeninių paslaugų mokestis mūsų šalyje (tarifas, pajamų ribos, taikymo sritys). Ketvirtasis klausimas nukreiptas į tai, kad identifikuoti ekspertų nuomonę dėl to, kurių užsienio valstybių gerąja patirtimi reikėtų kliautis, norint įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį mūsų šalyje. Penkto klausimo paskirtis – išsiaiškinti interviu dalyvių nuomonę dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio pasekmių ir naudos Lietuvai. Šeštasis klausimas sudaro pagrindą 3.3 skyriui, siekiant išsiaiškinti tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį.

2.4. Tyrimo imtis ir organizavimas

Šiame tyrime ekspertais laikomi žmonės, kurie dalyvavo interviu ir turėjo kompetencijos, žinių ir patirties atsakyti į specifinius klausimus, susijusius su tyrimo objektu. Kokybinio tyrimo – interviu – imtis formuojama iš kompetentingų savo srities specialistų, kurie turi pakankamai žinių, patirties ir gebėjimų įvertinti skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį, taikymą ir naudą Lietuvai. Šią imtį sudaro 5 ekspertai. Apklausus 5 ekspertus, pasiektas interviu duomenų prisotinimas.

Ekspertų atranka atlikta, naudojant šiuos atrankos kriterijus:

- Veiklos pobūdis – darbas ekonomikos, skaitmeninio verslo, mokesčių arba mokslinėje srityje.
- Veiklos patirtis (ne mažiau 5 metų).
- Mokslinis laipsnis – ne mažesnis kaip magistro.

- Amžius – ne mažiau 30 metų.
- Vadovo rekomendacijos, nukreiptos į ekspertų paiešką.
- Ekspertų dalyvavimas žurnalistiniuose straipsniuose, kuriuose analizuojamos skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo galimybės Lietuvoje.

Interviu atlikimo laikas – 2023 metų vasario ir kovo mėnesiai. Interviu buvo atliekami nuotoliniu būdu arba tiesiogiai fizinėje aplinkoje, užsirašant ekspertų atsakymus ranka arba įrašant duomenis į išmanųjį telefoną (priklusomai nuo to, kaip reikalavo pašnekovai). Interviu atsakymai buvo apdoroti ir išanalizuoti, kaip minėta tyrimo metodologijoje, naudojant turinio analizės metodą (apjungiant prasminius ir loginius vienetus – teiginius – į atitinkamas kategorijas ir mažesnius kategorijų vienetus – subkategorijas). Kad būtų galima priskirti atsakymus konkrečioms dalyviams, jiems buvo suteikti kodai (E01, E02, E03, E04 ir E05). Taip padaryta dėl to, kad ne visi ekspertai norėjo būti minimi tyrime. Interviu metu buvo laikomasi tyrimo etikos reikalavimų: gerbtos informantų teisės, užtikrintas dalyvių konfidencialumas bei anonimiškumas. Interviu buvo apklausti ekspertai, jiems davus žodinį sutikimą dalyvauti tyrime. Ekspertų dalyvavimas interviu buvo savanoriškas.

Interviu protokolai pateikiami 2 priede.

Tyrimo rezultatai yra validūs, kadangi juos galima pritaikyti ir palyginti tiriant skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį, naudą ir įtaką pelno mokesčio apimčiai Lietuvoje įvairiais laikotarpiais. Validumą užtikrina ir tai, kad šio empirinio tyrimo rezultatai yra ne tik palyginami tarpusavyje, bet ir su kitais moksliniais tyrimais (vykdoma diskusija). Taip pat empirinio tyrimo rezultatų validumą ir patikimumą užtikrina žemiau akcentuojami dalykai:

- Tyrimas atliktas, taikant įvairių metodų prieigą. Teisės aktų analizė leido įvertinti prielaidas, kaip būtų galima įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje. Ekspertų interviu leido atskleisti kompetentingų specialistų požiūrį į skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį, taikymą ir naudą Lietuvoje.
- Atlikta išsami ekspertų atranka.
- Interviu atliktas tol, kol pasiektas duomenų prisotinimas.
- Interviu klausimynas sudarytas pagal mokslinius autorius, todėl tai formuoja šio tyrimo instrumento mokslinį pagrįstumą.

3. SKAITMENINIŲ PASLAUGŲ MOKESČIO LIETUVOJE TYRIMO REZULTATAI

3.1. Teisinės bazės, sudarančios prielaidas reglamentuoti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizė

Norint įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, reikia arba priimti atskirą įstatymą, kuris reglamentuotų ir administruotų tokio mokesčio taikymą ir / arba atlikti tam tikrus pakeitimus nacionaliniuose teisės aktuose, priklausomai nuo to, ką bus siekiama apmokestinti – skaitmeninių paslaugų teikėjų pajamas, sutarčių skaičių ir / ar pelną. Kadangi skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje nėra įvesta, tai ir nėra specialaus jį reglamentuojančio teisės akto. Todėl galima analizuoti tik teisinę prielaidą skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimui ir administravimui mūsų šalyje.

Kalbant apie užsienio šalių praktiką šioje srityje, reikia pažymėti, kad kai kurios valstybės yra priėmusios atskirus skaitmeninių paslaugų mokesčio įstatymus (pavyzdžiui, GAFA įstatymas Prancūzijoje) (Hlaciuc, 2019) ar įstatymas Austrijoje, nustatantis ir reglamentuojantis savą skaitmeninių paslaugų mokestį (Cebreiro-Gómez et al., 2021; Hlaciuc, 2019). Kai kurios užsienio šalys, apmokestindamos skaitmeninių paslaugų teikėjų pelną, atliko būtinus pakeitimus savo nacionaliniuose pelno mokesčio įstatymuose. Kaip pavyzdį šiuo atveju galima paminėti tokias valstybes, kaip Australija ir Japonija (Gulbinas ir Jogminaitė, 2020).

Šiame darbe pirmiausiai tikslinga išanalizuoti svarbiausią jau esamą teisės aktą – LR pelno mokesčio įstatymą. Šis įstatymas nustato uždirbto pelno ir (arba) gautų pajamų apmokestinimo pelno mokesčiu tvarką, yra taikomas Lietuvos Respublikos teritorijoje (Pelno mokesčio įstatymas, 2023 metų redakcija, 1 str. 1 ir 2 dalys). LR pelno mokesčio įstatymas nustato, kad Lietuvos vieneto, nuolatinį buveinių apmokestinamasis pelnas yra apmokestinamas naudojant 15 procentų mokesčio tarifą (Pelno mokesčio įstatymas, 2023 metų redakcija, 5 str. 1 dalis). Anot Gulbino ir Jogminaitės (2020), tai rodo, kad Lietuva turi visišką kompetenciją apmokestinti savo teritorijoje įsteigtus ir nuolatinę buveinę turinčius verslo subjektus.

Verslo subjektų apmokestinimas pelno mokesčiu vykdomas pagal taisyklę, nustatytą Lietuvoje, kai nuolatinė verslo buveinė yra mūsų šalyje. Čia tikslinga apibūdinti, kas tai yra nuolatinė verslo buveinė (šiuo atveju ją reikia analizuoti užsienio vieneto veiklos kontekste). LR pelno mokesčio įstatyme nustatyta, kad nuolatinė buveinė – tai „užsienio vieneto veiklos Lietuvos Respublikoje <...> vieta, įskaitant veiklos vykdymą visoje arba tam tikroje atitinkamos valstybės teritorijoje. Užsienio vienetas laikomas veikiančiu per nuolatinę buveinę Lietuvos Respublikos teritorijoje, jeigu jis Lietuvos Respublikoje nuolat vykdo veiklą arba vykdo savo veiklą per priklausomą atstovą (agentą), arba naudoja statybos teritoriją, statybos, surinkimo ar įrangos objektą, arba gamtos išteklius tirti ar

gauti naudoja įrangą arba konstrukciją, įskaitant tam naudojamus gręžinius arba laivus“ (LR pelno mokesčio įstatymas, 2023 metų redakcija, 2 str. 22 punktą). Anot Gulbino ir Jogminaitės (2020), *„nuolatinė buveinė yra užsienio vieneto veiklos Lietuvos Respublikoje išraiška“* (p. 102). Reikia pažymėti, kad LR pelno mokesčio įstatymu reglamentuojamas užsienio apmokestinamasis vienetas (toliau – užsienio vienetas) – tai *„užsienio valstybės juridinis asmuo ar organizacija, kurių buveinė yra užsienio valstybėje ir kurie įsteigti arba kitokiu būdu organizuoti pagal užsienio valstybės teisės aktus, taip pat bet kuris kitas užsienyje įsteigtas, įkurtas ar kitaip organizuotas apmokestinamasis vienetas“* (LR pelno mokesčio įstatymas, 2023 metų redakcija, 2 str. 3 dalis). Iš čia seka išvada, kad užsienio vienetai gali būti apmokestinti pagal LR pelno mokesčio įstatymą tuo atveju, kai jų nuolatinė buveinė nėra Lietuvoje, tačiau Lietuvoje yra jų pajamų (pelno) šaltinis. Įstatyme numatyti atvejai, kada turėtų būti mokomas pelno mokestis (pavyzdžiui, honorarai). Šiai dienai šių atvejų sąrašas yra baigtinis, tačiau jį reikėtų praplėsti, norint į atvejų sąrašą įtraukti ir skaitmeninių paslaugų teikėjų veiklą.

LR pelno mokesčio įstatyme pristatomi du būdai, kada verslas yra apmokestinamas pelno mokesčiu. Visų pirma, laikomasi nuostatos, kad standartiniu 15 proc. pelno mokesčio tarifu apmokestinami verslo subjektai, kurių nuolatinės buveinės yra mūsų šalies teritorijoje. Visų antra, tam tikrų rūšių užsienio vieneto pajamos apmokestinamos pasitelkiant 10 proc. mokesčio tarifą, kai jų šaltinis yra mūsų šalyje, o pajamos yra gautos ne per jų nuolatinės buveinės Lietuvoje (LR pelno mokesčio įstatymas, 2023 metų redakcija, 1 str. 1 ir 2 dalys).

Iš čia galima daryti išvadą, kad standartinis mokesčio tarifas taikomas tiems verslo subjektams, kurie turi nuolatinę buveinę mūsų šalies teritorijoje. Kita vertus, tam tikras mokesčio tarifas gali būti taikomas ir užsienio verslo subjektams, kai jų atvejai yra numatyti LR pelno mokesčio įstatymo teisinėse nuostatose. Įsigilinus į LR pelno mokesčio įstatymą, matyti, kad šis teisės aktas šiuo metu nepateikia jokių skaitmeninių paslaugų teikėjo apmokestinimo taisyklių. Taip yra dėl to, kaip pastebi Gulbinas ir Jogminaitė (2020), kad LR pelno mokesčio įstatyme nieko nėra rašoma konkrečiai apie skaitmeninės buveinės apmokestinimą.

Dėl to iškyla objektyvus poreikis reglamentuoti skaitmeninių paslaugų teikėjų veiklos apmokestinimą pagal gerąją kitų šalių praktiką ir remiantis ES Tarybos direktyva dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018). Šiuo atveju mūsų šaliai reikėtų nuspręsti, kokią skaitmeninę veiklą reikia apmokestinti, pavyzdžiui, vartotojų duomenų pardavimą, pajamas iš reklamos, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas ir komercinius audiovizualinius pranešimus ir pan., kaip tai daroma kai kuriose Europos šalyse (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020). Be to, būtina priimti sprendimą dėl to, kokiais kriterijais vadovaujantis reikia apmokestinti skaitmeninių paslaugų teikėją, kai jo nuolatinė buveinė yra ne Lietuvoje, tačiau būtent čia yra gaunamos pajamos (dalis pajamų) ir generuojamas pelnas (dalis pelno). Kaip analizuota, ES Tarybos direktyva dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018) siūlo du

esminius kriterijus: bendra visame pasaulyje gautų pajamų suma, kai ji viršija 750 mln. EUR., ir bendra suma apmokestinamų pajamų, kai ji viršija viršija 50 mln. EUR. Visgi praktika rodo, kad minėti kriterijai Europos ir kitose užsienio šalyse skirtingai pritaikomi, nustatant nevienodą pasaulinę pajamų ribą ir ypač vidinės rinkos pajamų ribą (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020). Dar mūsų šaliai būtina nuspręsti ir dėl to, kokio dydžio skaitmeninių paslaugų mokestį taikyti. Praktika rodo, kad šis tarifas labai svyruoja – nuo 2 proc. (Jungtinėje Karalystėje) iki 7,5 proc. (Vengrijoje ir Turkijoje) (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020). Skaitmeninio paslaugų mokesčio dydis (tarifas) turėtų būti nacionalinės politikos formuotojų (politikų) ir teisės aktų priėmėjų (teisininkų) konstruktyvių diskusijų objektas.

Be to, siekiant papildyti LR pelno mokesčio įstatymo teisinės nuostatas, reikia šalia „nuolatinės buveinės“ įtraukti ir „skaitmeninės nuolatinės buveinės“ sąvoką. Pagal ES direktyvas, kaip teigia Gulbinas ir Jogminaitė (2020), skaitmenine nuolatinė buveinė turėtų būti laikoma „virtualios buveinės ekonomiškai reikšminga veikla“ (p. 113). Europos Komisijos pasiūlyme dėl Tarybos direktyvos, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (2018) vietoje „skaitmeninės nuolatinės buveinės“ naudojamas „reikšmingos skaitmeninės veiklavietės“ terminas, kuris iš principo reiškia tą patį. Pasiūlyme nurodoma, kad *„pelno mokesčio tikslais laikoma, kad nuolatinė buveinė egzistuoja, jei egzistuoja reikšminga skaitmeninė veiklavietė, kurioje vykdoma visa veikla ar jos dalis“* (4 str., 1 dalis). 4 straipsnio 3 dalyje nurodoma, jog ES šalyje yra reikšminga skaitmeninė veiklavietė tuo atveju, jeigu visą joje atliekamą veiklą arba jos dalį sudaro skaitmeninių paslaugų teikimas per skaitmeninę sąsają ir tenkinamos viena ar daugiau tokių sąlygų – kai toje šalyje sugeneruotos pajamos viršija 7 mln. EUR., skaitmeninių paslaugų naudotojų, esančių toje šalyje, skaičius viršija 100 tūkst. asmenų ir su jais sudarytų verslo sutarčių skaičius viršija 3 tūkst. vnt.

Reikia pažymėti, kad siūlomi pakeitimai nebūtinai gali būti įgyvendinami vien tik LR pelno mokesčio įstatymo rėmuose. Siekiant apmokestinti skaitmeninių paslaugų teikėjus, Lietuvoje galima priimti atskirą teisės aktą – LR skaitmeninių paslaugų apmokestinimo įstatymą ar pan., taip pat LR pelno mokesčio nuostatas suderinti su naujai priimto įstatymo nuostatomis.

Kalbant apie kitus nacionalinius teisės aktus, tenka pastebėti, kad užsienio vienetai Lietuvoje mokesčius (PVM) moka nuo gautų apmokestinamųjų pajamų. LR pridėtinės vertės mokesčio įstatyme teigiama, kad užsienio apmokestinamasis asmuo – tai *„bet kokio pobūdžio ekonominę veiklą vykdančis: 1) užsienio valstybės juridinis asmuo ar organizacija, kurių buveinė yra užsienio valstybėje ir kurie įsteigti arba kitokiu būdu organizuoti pagal užsienio valstybės teisės aktus, arba 2) bet kuris kitas užsienyje įsteigtas, įkurtas ar kitaip organizuotas vienetas, arba 3) fizinis asmuo, kurio nuolatinė gyvenamoji vieta nėra Lietuvos Respublika“* (LR pridėtinės vertės mokesčio įstatymas, 2 str. 37 punktą). Pagal šį įstatymą, apmokestinamasis asmuo PVM mokėtoju privalo registruotis Lietuvoje

(LR pridėtinės vertės mokesčio įstatymas, 71 str. 3 dalis). Pagal minėtą teisės aktą, užsienio vienetų pajamos gali būti apmokestintos, kai užsienio vienetai pajamas gauna Lietuvoje, jų nuolatinė buveinė nėra Lietuvoje, bet užsienio vienetai yra įsiregistravę Lietuvoje PVM mokėtojais. Analizuojamą įstatymą galima traktuoti kaip analogiją į tai, kad galima apmokestinti užsienio vienetų gaunamas pajamas. Deja, ne visi užsienio skaitmeninių paslaugų teikėjai, kurių nuolatinė buveinė yra ne Lietuvoje, moka mokesčius mūsų šaliai. Geriausiu atveju, jeigu užsienio vienetai deklaruoja pajamas Lietuvoje, tai moka PVM. Nuo mūsų šalyje uždirbto pelno užsienio skaitmeninių paslaugų teikėjai jokių mokesčių nesumoka, jeigu neturi nuolatinės buveinės, o skaitmeninėms paslaugoms teikti kitos valstybės teritorijoje tokia nuolatinė buveinė nėra būtina. Manytina, kad Lietuvoje yra daug daugiau skaitmenines paslaugas teikiančių užsienio vienetų, kurie nesiregistruoja mūsų šalyje PVM mokėtojais ir nemoka Lietuvai jokių mokesčių nei tų, kurie tai daro (apie tai plačiau 3.3 skyriuje).

Apibendrinant galima teigti, kad šiuo metu skaitmeninių paslaugų teikėjai, kurie neturi nuolatinės buveinės Lietuvoje, tačiau pajamas generuoja ir pelną uždirba mūsų šalyje, niekaip nėra reglamentuojami nacionaliniais teisės aktais taip, kad užsienio vienetai sumokėtų pajamų ar pelno mokesčių mūsų šaliai. Lietuvoje paprasčiausia nėra skaitmeninių paslaugų mokesčio, o LR pelno mokesčio įstatymas nėra pritaikytas naujai realybei, kai skaitmeninės paslaugos gali būti teikiamos iš vienos šalies, turint skaitmeninę nuolatinę buveinę, o pajamos ir pelnas uždirbami kitose šalyse. Todėl Lietuvai būtina priimti reikiamus sprendimus dėl apmokestinimo objekto, kriterijų ir tarifo skaitmeninių paslaugų mokesčio rėmuose.

3.2. Ekspertų požiūrio į skaitmeninių paslaugų mokesčių Lietuvoje analizė

Pirmiausiai ekspertų buvo prašoma įvertinti skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje ir savo nuomonę pagrįsti. Tiriamieji nurodė, kad mokesčių negavimas nuo skaitmeninių paslaugų, kurias įvairiose šalyse teikia globalios technologijų kompanijos, yra aktuali problema, kurią būtina nedelsiant spręsti. Ji aktualizuoja skaitmeninio paslaugų mokesčio poreikį tiek visoje Europoje, tiek Lietuvoje. Šios problemos esmę nusako tai, kad didžiosios skaitmeninių paslaugų korporacijos, veikiančios globaliu mastu, yra kilusios iš JAV ir Kinijos, kur yra įsteigtos jų nuolatinės buveinės, todėl ten ir lieka šių kompanijų mokami mokesčiai, o Lietuva ir Europa iš to negauna jokios naudos, nepaisant to, kad čia teikiamos skaitmeninės paslaugos, gaunant iš to pajamas:

Tai tiek europinė, tiek globali problema. Didžiausi skaitmeninių paslaugų teikėjai turi savo nuolatinės buveinės JAV, vis daugiau – ir Kinijoje. Dabar susidariusi tokia situacija, kad užsienio vienetai nesiregistruoja toje šalyje, pavyzdžiui, Lietuvoje, kurioje uždirba pinigus. Šie užsienio vienetai generuoja pajamas ir pelną iš skaitmeninės reklamos, internetinių žaidimų, kitų skaitmeninių paslaugų, bet nemoka jokių mokesčių (E03).

Todėl nestebina tarptautinės bendruomenės pastangos minėtą globalią problemą spręsti iš esmės, siekiant priimti tarptautinį susitarimą dėl socialiai teisingo skaitmeninio verslo apmokestinimo:

Pastaruoju metu daugelis pasaulio valstybių vis garsiau kalba apie <...> skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį. 2021 metais Romoje daugiau nei 130 pasaulio valstybių lyderiai priėmė sprendimą, kad tarptautiniu mastu veikiančios kompanijos turėtų mokėti mokesčius visose valstybėse, kuriose vykdo savo veiklą, o ne vien tose šalyse, kur tos kompanijos yra įregistruotos ir turi savo nuosavą buveinę (E04).

4 lentelėje pateikiami duomenys apie skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikio kategoriją ir ją sudarančias subkategorijas.

4 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikis

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
Aktualus ir objektyvus poreikis Lietuvoje	<i>Žinoma, yra. Daug paslaugų šiuo metu persikelia į viešąją erdvę.</i>	E01
	<i>Šis poreikis yra objektyvus, nes leistų gauti papildomų pajamų į biudžetą.</i>	E02
	<i>Sakyčiau, kad toks poreikis būdingas ne tik Lietuvai, bet apskritai daugeliui ES šalių. Juk problema ta pati visose šalyse.</i>	E03
	<i>Tokios <...> krypties, manau, turėtų laikytis ir Lietuva, priimdama atitinkamą įstatymą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo, nes toks mokestis yra šių dienų tarptautinių politinių tendencijų dalis.</i>	E04
	<i>Manau, toks poreikis pamažu bręsta.</i>	E05
Socialinis teisingumas	<i>...tai socialiai teisinga, nes mokesčiai turi būti mokami ten, kur uždirbamos pajamos.</i>	E02
	<i>Tai teisinga dėl to, kad mokesčiai turi būti mokama toje šalyje, kurioje realiai gaunama komercinė nauda, o ne iškeliauti į kitą šalį.</i>	E02
	<i>Tai yra neteisinga. Todėl būtina priimti <...> mokesčių Lietuvoje, kad būtų išlygintas disbalansas tarp to, kai pajamos uždirbamos vienoje šalyje, o mokesčiai mokami kitoje šalyje, kurioje yra <...> nuolatinė buveinė.</i>	E03
	<i>Dabar mūsų šalyje tokie užsienio verslo subjektai yra apmokestinami tik pagal bendras pelno mokesčio taisykles, kai mokesčius į biudžetą sumoka įprastinės įmonės, kurios turi nuosavą buveinę ir mūsų šalies teritorijoje generuoja vertę. Visgi tai iškreipia rinką ir nėra socialiai teisinga vietinio mūsų šalies verslo požiūriu, kuris sąžiningai vykdo savo veiklą (kad ir teikia tas pačias skaitmenines paslaugas) ir moka mokesčius.</i>	E05
Būtinybė neskubėti	<i>Lietuva neturėtų vienašališkai skubintis įvesti tą mokesčių. Reikėtų palaukti, kol atsiras Europos Tarybos direktyva arba pasaulinė norma, inicijuota EBPO, kad skaitmeninių paslaugų mokesčiai taptų visuotinai privalomas.</i>	E02
	<i>...galime išsišokti, kol nėra priimti tarptautiniai privalomi susitarimai.</i>	E02
	<i>...sunku spręsti, ar reikia skubintis tokį mokesčių pas mus įvesti.</i>	E02
	<i>Nors vėlgi labai skubėti gal ir nevertėtų.</i>	E03
	<i>Tačiau dėl paties mokesčio įdiegimo gal vis tik reikėtų palaukti, kol nebus visuotino sprendimo.</i>	E03
Mokesčio įvedimo poreikis visoje ES	<i>Kadangi Lietuva priklauso ES, todėl kažkokių atskirų mokesčių mes nelabai ir galime turėti. Dažniausiai mokesčiai ES įvedami bendru sutarimu ir įsigalioja visoje ES.</i>	E01
	<i>Reikia, kad skaitmeninių paslaugų mokesčiai būtų priimti bendrai ES lygiu.</i>	E03
	<i>Manau, jau po kelerių metų bus bendras europinis susitarimas dėl visuotino ir privalomo tokio mokesčio taikymo Europos Sąjungoje.</i>	E05

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Tiriamieji vieningai pripažino, kad skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje yra reikalingas, pabrėžė aktualų ir objektyvų tokio mokesčio poreikį. Viena iš priežasčių, aktualizuojančių skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje, yra socialinis teisingumas. Dabartinė situacija yra socialiai neteisinga, nes iškreipia rinką („*nėra socialiai teisinga vietinio mūsų šalies verslo požiūriu, kuris sąžiningai vykdo savo veiklą <...> ir moka mokesčius*, E05), todėl būtina esamą problemą spręsti, kad „*būtų išlygintas disbalansas tarp to, kai pajamos uždirbamos vienoje šalyje, o mokesčiai mokami kitoje šalyje*“ (E03). Nežiūrint to, kad skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvai reikia, ekspertai buvo įsitikinę, kad dėl tokio mokesčio įvedimo Lietuvoje neverta labai skubėti. Naujausi duomenys rodo, kad toks mokestis visos ES mastu gali atsirasti jau 2025 metais². Vienas tyrimo dalyvis taip ir teigė: „*Jau po kelerių metų bus bendras europinis susitarimas dėl visuotino ir privalomo tokio mokesčio taikymo Europos Sąjungoje*“ (E05).

Be to, ekspertų nuomone, įsivesdamos skaitmeninių paslaugų mokestį, mažos šalys rizikuoja neatlaikyti didžiųjų šalių spaudimo, kuriose yra įsikūręs skaitmeninis verslas. Visgi objektyvumo dėlei reikia pastebėti, kad toks spaudimas gali vykti tik diplomatiniais kanalais, nes teisiniu požiūriu bet kokia Europos šalis, įdiegdama skaitmeninių paslaugų mokestį, laikosi Tarybos direktyvos³ ir paiso savo nacionalinių interesų mokesčių srityje.

Europos valstybės, tokios kaip Jungtinė Karalystė ar Prancūzija, yra pilnai pajėgios vienašališkai įsivesti skaitmeninių paslaugų mokestį, bet tokia nedidelė šalis kaip Lietuva vargu ar <...> tą galėtų padaryti – ji neatlaikytų diplomatinio spaudimo iš tų užsienio šalių, kuriose verslas turi savo nuolatines buveines ir kuriose <...> mokami <...> mokesčiai (E03).

Dalis ekspertų nėra iki galo apsisprendę, ar Lietuvai reikia nedelsiant įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį, ar vertėtų dar palaukti, neskubėti. Iš principo jie sutaria, kad tokio ar panašaus mokesčio poreikis yra aktualus ir objektyvus, kita vertus, dalis tyrimo dalyvių siūlo palaukti bendro sutarimo ES mastu (kaip buvo priimtas bendras tarptautinis susitarimas dėl PVM). Visgi net ir įvedus mūsų šalyje skaitmeninių paslaugų mokestį, jis automatiškai pasinaikintų, jeigu toks mokestis būtų visuotinai priimtas ES lygiu („*Italija, Austrija ir Prancūzija nurodo, kad įsteigus tarptautinę sistemą, jų nacionaliniai mokesčiai bus automatiškai panaikinti, norint, kad nebūtų jokių skirtumų tarp nacionalinio ir tarptautinio <...> apmokestinimo*“, E02). Taigi, net ir įvedusi skaitmeninių paslaugų mokestį, Lietuva nieko neprarastų, jeigu ir būtų priimtas bendras europinis susitarimas dėl visuotinio tokio mokesčio taikymo. Visgi jeigu toks susitarimas būtų priimtas greitu laiku, tai pats mokestis Lietuvoje gyvuotų tik vieną ar kelerius metus ir turėtų būti pritaikytas prie bendros ES teisės. Todėl neaišku, ar verta skubėti ir švaistyti administracinius išteklius, jeigu anksčiau ar vėliau toks mokestis bus įvestas bendru europiniu susitarimu, nes dabar link to einama.

² <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

³ 2018 m. kovo 21 d. priimta ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas.

Ekspertai pripažino, kad kalbant apie skaitmeninių paslaugų mokestį, akcentuotina nepilnai tam tinkama nacionalinė teisinė bazė (5 lentelė). Todėl būtina ją tobulinti, papildyti ar įvesti naujus teisės aktus, siekiant prie pakitusių sąlygų pritaikyti mokestinį reglamentavimą. Teisinio reglamentavimo pokyčius reikia vertinti kaip savaime suprantamą dalyką, nes „kartais atsiranda tokių dalykų, su kuriais valstybė nebūna susidūrusi, taigi natūralu, kad pirmiausiai mes turime reiškinį, o tik paskui mes įvedame reglamentavimą, tačiau ne atvirkščiai“ (E01). Ekspertai nurodė, kad skaitmeninių paslaugų mokestis „turėtų būti taikomas juridiniams asmenims, užsienio vienetams, kurie nors ir neturi nuolatinės buveinės Lietuvoje, tačiau čia generuoja pajamas ir gauna pelną“ (E02).

5 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinis reglamentavimas ir administravimas

Subkategorijos		Teiginiai	Ekspertų kodai
Nepilnai tinkama nacionalinė teisinė bazė		...bėda yra ta, kad ne viskas „žengia koja kojon“ – ne taip gerai yra ištobulinta teisinė sistema, nepapildyti teisės aktai, mokesčių įstatymai šiuo klausimu, ne taip paprasta yra spręsti mokesčių problemas skirtingais klausimais	E01
Būtinai teisės aktų pakeitimai	Skaitmeninių paslaugų mokesčio įstatymas	Galima <...> priimti atskirą įstatymą, pavyzdžiui, skaitmeninių paslaugų mokesčio įstatymą...	E02
	Nereikia atskiro įstatymo	Tokios <...> krypties, manau, turėtų laikytis ir Lietuva, priimdama atitinkamą įstatymą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo.	E04
		Tokio kaip skaitmeninio mokesčio, mano nuomone, net nereikėtų taikyti.	E01
	Pelno mokesčio įstatymo keitimas / papildymas	...nesu linkusi įvesti atskiro skaitmeninių paslaugų mokesčio...	E01
		... atlikti būtinus pakeitimus Pelno mokesčio įstatyme. Pavyzdžiui, įvesti teisinės nuostatas dėl skaitmeninės nuolatinės buveinės, o į užsienio vienetų, kurie moka pelno mokestį, atvejų skaičių įtraukti ir tokių veiklų, kaip tam tikrų skaitmeninių paslaugų teikimas.	E02
		Kad reikėtų keisti Lietuvos teisinę bazę, tai taip. <...> reikėtų pelno mokesčiu apmokestinti tuos tarptautinius milžinus, kurie kuria mūsų šalyje vertę, nežiūrint to, kad čia neturi nuosavos būstinės.	E05
	Tam, manau, reikia priimti atitinkamus pakeitimus Pelno mokesčio įstatyme. Šalia nuosavos būstinės sąvokos būtina pateikti ir skaitmeninės buveinės sąvoką.	E05	
Mokesčių inspekcija kaip naujo mokesčio administratorius		O skaitmeninių paslaugų mokestis turėtų būti lygiai taip administruojamas, kaip ir kiti mokesčiai, PVM ar tas pats pelno mokestis. Tuo turėtų užsiimti Valstybinė mokesčių inspekcija.	E05
		...mokesčių inspekcija <...> turėtų teikti visą reikalingą informaciją apmokestinimo klausimu.	E01
Galimai dideli mokesčio įvedimo ir administravimo kaštai		Jeigu pačios Lietuvos iniciatyva būtų įvestas toks mokestis, neaišku, ar atsipirktų jo įvedimo ir administravimo kaštai.	E03
		Tokio mokesčio patvirtinimas, įsteigimas ir administravimas iš tikrųjų yra brangus dalykas.	E03
		...teisės aktų išleidimo, skaitmeninių paslaugų mokesčio sistemos suformavimo, mokesčio administratoriaus darbo kaštai Lietuvoje gali būti netgi aukštesni nei surinkto skaitmeninių paslaugų mokesčio	E03

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
	<i>apimtis.</i>	

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Ekspertai nesutarė, kaip reikia keisti / tobulinti teisinę bazę – ar įvesti atskirą įstatymą, ar tiesiog pakeisti, papildyti Pelno mokesčio įstatymą. Kai kurie dalyviai suabejojo, ar reikalingas atskiras skaitmeninių paslaugų mokestis („*nesu linkusi įvesti atskiro skaitmeninių paslaugų mokesčio*“, E01), jeigu būtų galima priimti atitinkamus pakeitimus Pelno mokesčio įstatyme. Tokiu atveju būtų taikomas pelno mokestis skaitmeninių paslaugų teikėjams iš užsienio, o toks pelno mokestis iš esmės atliktų skaitmeninio paslaugų mokesčio funkciją. Ekspertai, kalbėdami apie būtinus teisinio reglamentavimo pakeitimus, kad būtų galima mūsų šalyje pritaikyti skaitmeninių paslaugų mokestį, nurodo, kad reikia būtinai į teisinių nuostatų apyvartą įtraukti „skaitmeninės buveinės“⁴ terminą („...*įvesti teisinės nuostatas dėl skaitmeninės nuolatinės buveinės*“, E02; „*Reikėtų atitinkamuose teisės aktuose keisti nuostatas dėl nuolatinės buveinės taisyklės*“, E03; „*Šalia nuosavos būstinės sąvokos būtina pateikti ir skaitmeninės buveinės sąvoką*“, E05). Vienas iš tyrimo dalyvių tokio pakeitimo poreikį išsamiai detalizavo:

Tarybos direktyvoje⁵ siūlomas skaitmeninės nuolatinės buveinės terminas. <...> vietiniam verslo subjektui, norint teikti skaitmenines paslaugas užsienio šalyse, dažniausiai nereikia materialinių išteklių – personalo, patalpų, ofiso. Taigi, užsienio šalyse, kuriose tas paslaugų teikėjas teikia skaitmenines paslaugas, nelabai gali jį apmokestinti, nes jis jose neturi nuolatinės buveinės. Todėl skaitmeninio verslo apmokestinimas, susiejant jį su nuolatine buveine, kalbant konkrečiai apie skaitmeninių paslaugų mokestį, yra <...> nelogiškas. <...> toms užsienio šalims reikėtų apmokestinti pajamas, kurias tose šalyse uždirbo skaitmeninių paslaugų teikėjas. <...> nuolatinės buveinės reikalavimą turi pakeisti ar papildyti skaitmeninės buveinės reikalavimas (E04).

Kaip minėta, Europos Komisijos pasiūlyme dėl Tarybos direktyvos⁶ siūloma „reikšmingos skaitmeninės veiklavietės“ sąvoka, nurodant, kad „*nuolatinė buveinė egzistuoja, jei egzistuoja reikšminga skaitmeninė veiklavietė, kurioje vykdoma visa [skaitmeninių paslaugų teikėjo] veikla ar jos dalis*“ (4 str., 1 dalis).

Ekspertas kokybinio tyrimo metu pastebėjo, kad nebūtų korektiška teigti, kad skaitmeninių paslaugų apmokestinimas Lietuvoje iš viso nevyksta ir šiuo klausimu nieko nėra padaryta. Kaip pavyzdį galima pateikti skaitmeninių paslaugų platformas (Pigu.lt, Vinted ir kt.), kurios šiuo metu privalo pateikti duomenis apie savo elektroninę prekybą Lietuvoje. Kitas klausimas – kiek esamas teisinis reglamentavimas yra efektyvus ir adekvatus esamam skaitmeninių paslaugų teikėjo veiklos

⁴ Čia ir kitur galima naudoti ir „reikšmingos skaitmeninės veiklavietės“ terminą, laikant jį nuolatinės skaitmeninės buveinės sinonimu.

⁵ 2018 m. kovo 21 d. priimta ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas.

⁶ ES Komisija (2018). Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu

apmokestinimo poreikiui. Galima daryti išvadą, kad esama teisinė bazė tobulintina, nes nėra pakankamai efektyvi:

...negalima absoliučiai teigti, kad iki šiol nėra nieko padaryta skaitmeninių paslaugų apmokestinimo klausimu, tačiau svarbus dalykas kitas – tos taisyklės, reglamentavimas Lietuvoje nėra pakankamai veiksnūs ir efektyvūs siekiant apmokestinti tokias paslaugas. Akivaizdus pavyzdys – šiuo metu VMI jau prašo pateikti duomenis apie visas skaitmeninių paslaugų platformas, kurios atlieka elektroninę prekybą prekėmis ir paslaugomis (informacija turi būti teikiama apie tai, kokias paslaugas ir kam jie teikia). Konkretus tokios įmonės pavyzdys galėtų būti pigu.lt, kurie nuo šiol turės teikti duomenis apie tai, kas, kokiomis prekėmis ir paslaugomis prekiauja jų platformoje, kam teikia tas paslaugas ir ar moka mokesčius Lietuvoje (E01).

Interviu dalyviai paaiškino, kad apmokestinti skaitmenines paslaugas (pavyzdžiui, reklamą ar autorinio turinio perpublikavimą) Lietuvoje yra būtina. Anot jų, užsienio subjektų skaitmeninių paslaugų teikimo šalyje gaunamos pajamos turi tapti mokesčių sistemos tobulinimo objektu, nes dabar tokios pajamos yra neapmokestinamos:

Lietuva, tame tarpe ir kitos šalys, nori gauti mokesčius už vietines skaitmenines paslaugas, už reklamą, išplatintą tam tikrai auditorijai. Jei paslaugas perka Lietuvos rinka, natūralu, kad užsakovas nori uždirbti iš to, tačiau mokesčius ir turi mokėti pats užsakovas. Mano nuomone, tai yra teisinga praktika, kadangi šalys gauna apmokestinimą už veiklas skaitmeninių paslaugų, o tuo pačiu ir jos tiekėjai įsipareigoja teikti kokybiškas paslaugas, už kurių tiekimą konkrečiai rinkai turi susimokėti mokesčius. Pvz., „Facebook“ reklama, „Meta platforms“ išrašo sąskaitas net tik pasaulinėms, bet ir lietuviškoms įmonėms, todėl yra normalu, kad šalis gauna mokesčius už veiklos vykdymą toje šalyje (E01).

Kaip rodo praktika, tokie tarptautinės veiklos gigantai, kaip „Google“, „Facebook“ ar tas pats „Youtube“ pakartotinai pateikdami mūsų šalies naujienų portalų parengtą originalų turinį, tokį kaip autoriniai straipsniai, įvairūs video reportažai ir pan., papildomai uždirba Lietuvoje, tačiau už tai nemoka jokių mokesčių (E04).

Ekspertai pažymėjo, kad kaip analogiją apmokestinant skaitmeninių paslaugų teikimą galima imti PVM, nes anksčiau jo mokėjimo buvo galima išvengti, registruojantis toje valstybėje, kurioje PVM mažesnis. Priėmus bendrą sprendimą ES lygiu, problema buvo išspręsta, todėl PVM modelį būtų galima pritaikyti ir skaitmeninių paslaugų mokesčiui:

Anksčiau buvo panašių problemų su PVM mokėjimu. Verslo subjektai galėjo teikti skaitmenines paslaugas tiesiogiai savo klientams vienoje šalyje, joje nesiregistruojant PVM mokėtoju, o registruojantis kitoje užsienio valstybėje (ten, kur PVM yra nedidelis) ir ten mokėti PVM, o ne toje šalyje, kurioje realiai teikiamos skaitmeninės paslaugos. Buvo priimtas atitinkamas sprendimas ES mastu ir ši problema išsisprendė. Dabar Lietuva gauna nemažai pajamų iš PVM, kurias moka tokie skaitmeninių paslaugų gigantai, kaip „Google“ ar „Apple“. Tai gi reikia laikytis tokio modelio kaip PVM (E02).

Pavyzdžiui, PVM Lietuvoje turi mokėti ir tie užsienio vienetai, kurie Lietuvoje neturi nuolatinės buveinės. Tokie vienetai turi būti įsiregistravę mūsų šalyje PVM mokėtojais, tačiau bėda ta, kad ne visi užsienio verslo subjektai, teikiantys skaitmenines paslaugas Lietuvoje, čia ir registruojasi PVM mokėtojais (E03).

Tyrimo dalyvių nuomone, naujo mokesčio administratoriumi galėtų būti Mokesčių inspekcija, nes „skaitmeninių paslaugų mokestis turėtų būti lygiai taip administruojamas, kaip ir kiti mokesčiai,

PVM ar tas pats pelno mokestis“ (E05). Be to, Mokesčių inspekcija (kartu su Finansų ministerija) turėtų aktyviai dalyvauti, priimant sprendimą dėl skaitmeninio paslaugų mokesčio reikalingumo, reglamentavimo ir administravimo Lietuvoje (E05).

Prieš įvedant skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, būtina įvertinti jo įdiegimo ir administravimo kaštus. Šiuo atveju būtina nustatyti, ar įvedimo ir administravimo kaštai nebus per dideli, ar surinktos mokesstinės pajamos sugebės juos padengti. Kaip buvo pastebėta, *„mokesčio administratoriaus darbo kaštai Lietuvoje gali būti netgi aukštesni nei surinkto skaitmeninių paslaugų mokesčio apimtis*“ (E03). Todėl tik nuodugni nacionalinės situacijos analizė, pajamų ir kaštų santykio prognozė gali padėti nustatyti, kiek skaitmeninio paslaugų mokesčio surinkimas Lietuvoje gali būti efektyvus ir našus, atitikti jo pritaikymo tikslus.

6 lentelėje pateikiami duomenys apie skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sričių ir apmokestinamų veiklų kategoriją ir ją sudarančias subkategorijas. Anot ekspertų, apmokestinti galima įvairius skaitmeninių paslaugų teikėjų veiklos rodiklius – pajamas, pridėtinę vertę ar pelną. Visgi dažniausiai buvo akcentuojamas skaitmeninio verslo pajamų apmokestinimo poreikis.

6 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sritys ir apmokestinama veikla

Subkategorijos		Teiginiai	Ekspertų kodai
Taikymo sritys	Pajamos	<i>Įmonės turėtų mokėti mokesčius nuo savo veiklos rezultato, tai jeigu mes sakome, kad įmonė gauna pajamų iš savo teikiamų skaitmeninių paslaugų teikimo, tai nuo tų pajamų ji ir turėtų mokėti mokesčius.</i>	E01
		<i>... viskas turėtų būti paremta tuo, kiek pajamų įmonė sugeneravo per konkretų laikotarpį.</i>	E01
		<i>Todėl būtų teisinga tą pajamų <...> dalį, kuri uždirbama Lietuvoje, apmokestinti.</i>	E02
		<i>... mokestis nuo pajamų šaltinio.</i>	E02
		<i>Reikėtų taikyti mokestį nuo pajamų, uždirbtų Lietuvoje...</i>	E02
		<i>Skaitmeninių paslaugų teikimas yra specifiškas <...> pajamas jis gali gauti bet kurioje pasaulio vietoje, kai teikėjas turi fizinę atstovybę tik vienoje valstybėje. <...> reikėtų apmokestinti pajamas, jeigu jos gaunamos Lietuvoje, neturint čia fizinės buveinės ir tai padaryti taip, kaip tai nustatyta Tarybos direktyvoje.</i>	E03
	Pridėtinė vertė	<i>Tai turėtų būti apibendrintas PVM <...> ir kt., tačiau ne atskiras papildomas skaitmeninių paslaugų mokestis.</i>	E01
		<i>Taigi reikia laikytis tokio modelio kaip PVM.</i>	E02
	Pelnas	<i>Tai turėtų būti apibendrintas <...> pelno mokestis ir kt., tačiau ne atskiras papildomas skaitmeninių paslaugų mokestis.</i>	E01
		<i>Todėl būtų teisinga tą <...> pelno dalį, kuri uždirbama Lietuvoje, apmokestinti.</i>	E02
Reklama	<i>Žvelgiant pagal reklamos sklaidą, per kokius šaltinius</i>	E01	

Subkategorijos		Teiginiai	Ekspertų kodai
Apmokestinama veikla		<i>yra skleidžiama reklama, tai subjektai (mokesčių inspekcija) ir turėtų teikti visą reikalingą informaciją apmokestinimo klausimu. Iš tokių dalykų turėtų gimi visi teisės aktai, kuomet šalis susiduria su situacija, kuri yra nauja ir neturi precedento, ir kuriam reikia teisinio reglamentavimo.</i>	
		<i>Kai juridiniai asmenys perka skaitmenines paslaugas iš užsienio juridinio vieneto (pvz., reklamą)...</i>	E02
		<i>...pajamos iš internetinės reklamos...</i>	E04
Apmokestinama veikla	Vartotojų duomenų pardavimas	<i>Apmokestinta galėtų būti daug kas, kaip kitose šalyse – vartotojų duomenų pardavimas, <...> audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos, komerciniai garso ir vaizdo pranešimai vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata, socialinės žiniasklaidos platformos ir pan.</i>	E04
	Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos		
	Komerciniai garso ir vaizdo pranešimai		
	Užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata		
	Socialinių medijų platformos		

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Vienas ekspertas nurodė, jog geriausia būtų, jeigu būtų apmokestinamos visos skaitmeninių paslaugų teikėjo uždirbamos pajamos. Jas apmokestinti yra valstybės pareiga. Čia iškyla savotiška dilema tarp verslo ir mokesčių – užsienio subjektai ieško, kurioje šalyje galėtų pigiau mokėti mokesčius, o kiekviena šalis siekia, kad jų teritorijoje uždirbamos pajamos būtų apmokestintos, todėl reikia ieškoti konsensuso, kad užsienio vienetai privalėtų mokėti mokesčius už tą pajamų dalį, kurią uždirbo konkrečioje šalyje, o ne ieškoti sprendimų, kaip išvengti didesnių mokesčių ir optimizuoti mokesčių mokėjimą pagal prioritetingas valstybes, kuriose mokesčiai yra mažiausi. Iš to išloštų mūsų valstybė, nes surinktų daugiau mokesčių pajamų, mokesčiai „neiškeliautų“ į kitą šalį:

...kad visos uždirbamos pajamos turi būti apmokestinamos ir kad tai kiekvienos šalies pareiga yra identifikuoti, kad jos yra uždirbamos toje šalyje ir „pasiimti“ atitinkamus mokesčius, tai yra sena gera taisyklė – tai būtina daryta, nes visos šalys yra suinteresuotos surinkti kuo daugiau mokesčių iš savo šalies. Kartais įmonės ne specialiai nemoka mokesčių savo šalyje, o tiesiog ieško kitų šalių, kuriose tie mokesčiai yra mažesni, kuriose reglamentavimas yra jiems priimtinesnis, kad galėtų lengviau ir pigiau vystyti veiklą. Šis reiškinys yra dažnas pasaulinio garso įmonių mastu (E01).

Taigi, geriausias variantas, anot daugelio ekspertų, yra skaitmeninių paslaugų teikėjo pajamų apmokestinimas („Pavyzdžiui, „Meta Platforms“ – kiek jie sugeneravo pajamų konkrečiai iš Lietuvos, tai nuo tos pajamų sumos ir turėtų sumokėti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvai“, E01). Visgi pripažįstama, kad suvaldyti visas Lietuvoje užsienio įmonių gaunamas pajamas už skaitmenines paslaugas būtų keblu ir sudėtinga ne tik iš principo („Tai labai sudėtinga sistema“, „...tai yra pakankamai keblu“, E01), bet ir dėl to, kad sunku sukontroliuoti patį procesą, kai skaitmeninės paslaugos teikiamos ne juridiniams, o fiziniams asmenims („Kai juridiniai asmenys perka

skaitmenines paslaugas iš užsienio juridinio vieneto (pvz., reklamą), yra lengviau „pagauti“, kad jos išmokėdamos atlygį išskaičiuotų tam tikro dydžio mokesčių Lietuvai. Visgi gana sunku suvaldyti, kai tokios skaitmeninės paslaugos yra tiesiogiai teikiamos fiziniam asmeniui“, E02).

Dėl apmokestinamų veiklų ekspertų nuomonės išsiskyrė. Vieni siūlė apmokestinti reklamą (dažniausiai), bet buvo ir tokių, kurie pasiūlė platesnį apmokestinamų veiklų spektrą – vartotojų duomenų pardavimą, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, komercinius garso ir vaizdo pranešimus vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumeratą, socialinės žiniasklaidos platformas. Kaip rodo užsienio šalių praktika, Europos valstybėse taip pat taikomos gana skirtingos apmokestinamos veiklos. Pavyzdžiui, Austrijoje yra apmokestinama tik interneto reklama, Belgijoje – tik vartotojų duomenų pardavimas. Danijoje planuojama apmokestinti internetinės transliacijos paslaugas. Prancūzijoje apmokestinamas skaitmeninės sąsajos teikimas, taip pat reklamos paslaugos, pagrįstos vartotojų duomenimis. Vengrijoje skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sritis yra generuojamos pajamos iš reklamos. Italijoje apmokestinama reklama skaitmeninėje sąsajoje, taip pat daugiašalė skaitmeninė sąsaja, leidžianti vartotojams pirkti / parduoti prekes ir paslaugas bei vartotojo duomenų, sugeneruotų naudojant skaitmeninę sąsają, perdavimas. Lenkijoje skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo sritis yra audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos ir komerciniai audiovizualiniai pranešimai, Portugalijoje – komerciniai garso ir vaizdo pranešimai vaizdo dalijimosi platformose, taip pat užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata, Jungtinėje Karalystėje – socialinės žiniasklaidos platformos, interneto paieškos sistemos ir internetinė prekyvietė (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020). 7 lentelėje pateikiami duomenys apie skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifo ir pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos kategoriją ir ją sudarančias subkategorijas.

7 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas, pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
3 proc. tarifas	<i>...optimalus mokeskis yra apie 3 procentai. Tai vidurkis nuo ES šalyse taikomų skaitmeninių paslaugų mokesčio dydžio, kuris svyruoja maždaug tarp 1 procento ir 7,5 procentų.</i>	E02
	<i>Standartinis tarifas gali būti 3 procentai.</i>	E04
	<i>Aš siūlyčiau tokį patį, kaip planuojamas Latvijoje, t. y. 3 proc. Mūsų rinkos dydis ir veiklos sąlygos labai panašios, todėl ir mokesčio dydis galėtų būti toks pats.</i>	E05
3-5 proc. tarifas	<i>Mokesčio dydis galėtų būti 3-5 procentai, nes iš skaitmeninių paslaugų technologijų korporacijos generuoja daug pridėtinės vertės ir gauna milžiniškus pelnus.</i>	E03
Bendra pasaulyje gautų pajamų suma virš 750 mln. EUR., bendra ES gautų pajamų suma virš	<i>Pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos gali būti tokios, kaip nurodyta Tarybos direktyvoje.</i>	E02
	<i>Pasaulinė pajamų riba – tokia, kaip direktyvoje, tai 750 mln. eurų.</i>	E04
	<i>Mūsų šalyje mokesčių turėtų mokėti tos užsienio firmos, kurių bendra</i>	E05

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
50 mln. EUR.	<i>pasaulyje gautų pajamų suma per vienerius metus yra daugiau kaip 750 mln. eurų, o ES – daugiau kaip 50 mln. eurų. Manau, tai logiška riba.</i>	
Bendra pasaulyje gautų pajamų suma virš 750 mln. EUR., bendra šalyje gautų pajamų suma virš 500 tūkst. EUR.	<i>Latvijos Parlamentas priėmė svarstyti įstatymo projektą <...>. Jame siūloma, kad <...> metinės globalios pajamos yra virš 750 mln. eurų, o pajamos Latvijoje sudaro nuo 100 tūkst. iki 500 tūkst. eurų. Tai tokias pajamų ribas mes ir pas save galėtume nusistatyti.</i>	E03

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Dažniausiai tarp ekspertų buvo siūlomas 3 procentų dydžio tarifas, pagrindžiant mintį tuo, kad „toks tarifas dažniausiai taikomas tose Europos šalyse, kuriose mokėtis jau įvestas“ (E04). Buvo pažymėta, kad būtent tokio dydžio tarifas yra planuojamas taikyti Latvijoje, todėl atsižvelgiant į Lietuvos ir Latvijos rinkų panašumus, mūsų šalyje galėtų būti taikomas toks pats tarifas. Vieno eksperto teigimu, net ir 5 procentų tarifas Lietuvoje nebūtų per didelis, atsižvelgiant į kitų šalių patirtį skaitmeninių paslaugų mokesčio srityje. Kaip pavyzdys pateikiamos tokios šalys, kaip Vengrija ar Turkija („Yra šalių, kur naudojami ir didesni tarifai (pavyzdžiui, Vengrija, Turkija), tai siūlomas tarifas nėra per didelis“, E03). Kaip rodo užsienio šalių praktika, Europos valstybėse taip pat taikomi gana skirtingo dydžio tarifai. 5 proc. tarifas taikomas arba planuojamas taikyti Austrijoje, Čekijoje. 5 proc. tarifas taikomas arba planuojamas taikyti tokiose Europos valstybėse, kaip Belgija, Prancūzija, Italija, Latvija, Ispanija. Danija yra pasirengusi įvesti 6 proc. tarifą. Mažiausi tarifai (1,5 proc. ir 2 proc.) naudojami atitinkamai Lenkijoje ir Jungtinėje Karalystėje. Kaip minėta, Vengrija ir Turkija taiko didžiausius tarifus, siekiančius 7,5 proc. Portugalijoje skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas išvis yra diferencijuojamas pagal veiklas (nuo 1 iki 4 proc.) (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020). Aiškumo dėlei būtina pažymėti, kad Tarybos direktyva⁷ nenumato to, kokio dydžio tarifą turėtų taikyti ES valstybės narės, dėl to jos turi apsispręsti pačios:

Tarybos direktyva nesiekia derinti pelno mokesčio tarifų ES, todėl kiekviena ES valstybė narė pati gali nustatyti kokį nori skaitmeninių paslaugų mokesčio dydį (tarifą). Kitaip sakant, ES šalys, perkeldamos minėtą Tarybos direktyvą į nacionalinę teisę, turi pačios priimti sprendimus dėl to, koks tarifas joms yra optimalus ir būtų taikomas tiems užsienio verslo subjektams, kurių teikiamų skaitmeninių paslaugų vartotojai realiai yra tos šalies piliečiai (E05).

Dažniausiai ekspertai siūlė Lietuvoje nustatyti tokias pačias pajamų ribas, kaip numatyta Tarybos direktyvoje⁸, t. y. bendra pasaulyje gautų pajamų suma turėtų būti virš 750 mln. EUR., bendra ES gautų pajamų suma turėtų viršyti 50 mln. EUR. Anot vieno tyrimo dalyvio, „tai logiška riba“ (E05).

⁷ 2018 m. kovo 21 d. priimta ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas.

⁸ Ten pat.

Visgi būta ir kitokių nuomonių. Buvo siūloma atsižvelgti į tai, kokį skaitmeninių paslaugų mokestį ir kaip planuoja įsivesti Latvija. Pagal šios kaimyninės šalies modelį, bendra pasaulyje gautų pajamų suma turėtų taip pat viršyti 750 mln. EUR., tačiau bendra šalyje gautų pajamų suma turėtų būti virš 500 tūkst. EUR. ar dar mažiau. Vienas iš tyrimo dalyvių pripažino, kad Europos Tarybos direktyvoje⁹ nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos Lietuvai gali būti per didelės, todėl įvedus skaitmeninių paslaugų mokestį su minėtomis pajamų ribomis, būtų rizikuojama gauti mažai mokestinių pajamų („...yra rizika, kad daugelis užsienio subjektų tokios ribos gali tiesiog nepasiekti, todėl ir <...> mokesčio jiems Lietuvoje nereikėtų mokėti. Todėl minėtos pajamų ribos galėtų būti kuo mažesnės...“, E02).

Kaip rodo užsienio šalių praktika, Europos valstybėse skiriasi pasaulinės ir vidinės rinkos pajamų ribos. Dažniausiai pasaulinė pajamų riba siekia virš 750 mln. EUR. (taikoma Austrijoje, Belgijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Ispanijoje, Turkijoje, planuojama Čekijoje). Tačiau yra ir kitokių nustatyti pasaulinių pajamų ribų – Vengrijoje ji siekia 100 mln. Vengrijos forintų, Jungtinėje Karalystėje – 500 mln. svarų sterlingų. Dar labiau skiriasi vietinės rinkos pajamų ribos, nes pačios rinkos skiriasi savo dydžiu ir verte. Austrijoje ir Prancūzijoje taikoma 25 mln. EUR. riba. Panaši vietinės rinkos pajamų riba (25 mln. svarų sterlingų) nustatyta ir Jungtinėje Karalystėje. Italijoje ši riba nuleista iki 5,5 mln. EUR., Ispanijoje – iki 3 mln. EUR., Belgijoje planuojama 5 mln. EUR. (Asen & Bunn, 2021, 2022; Hak et al., 2021b; Bunn, Asen ir Enache, 2020).

Vadinasi, Lietuva turi gerai nuspręsti ne tik kokio dydžio mokesčio tarifą turėtų taikyti, bet ir nusistatyti optimalią vietinės rinkos pajamų ribą, nes nuo to priklausys, kokios apimties mokestis bus šalyje surenkamas. Anot vieno iš tiriamųjų, skirtingose Europos šalyse „taikomi skirtingi mokesčių tarifai ir apmokestinimo objektai, todėl [Lietuvai] reikėtų pasiimti tai, kas yra geriausio minėtose šalyse“ (E04). Pratęsiant eksperto mintį, galima teigti, kad mūsų šaliai reikėtų pasinaudoti gerąja užsienio valstybių (ypač Europos) patirtimi skaitmeninio verslo apmokestinimo srityje. 8 lentelėje pateikiami duomenys apie užsienio šalis kaip pavyzdį Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį.

8 lentelė. Kategorija: užsienio šalys kaip pavyzdys Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
JAV	<i>Labiausiai imponuotų šiuo atveju Amerika, kuri pakankamai pažengusi mokesčių rinkimo klausimu.</i>	E01
Europa	<i>Tačiau, vėlgi, ir Europa ganėtinai sparčiai juos vėjasi, todėl vienareikšmiško atsakymo negali būti.</i>	E01
	<i>Kai kurios Europos šalys jau sėkmingai naudoja skaitmeninių paslaugų mokestį,</i>	E02

⁹ Ten pat.

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
	<i>nelaukdamas tarptautinių susitarimų, kurie gali užsitęsti.</i>	
Italija, Austrija ir Prancūzija	<i>Globalios technologijų įmonės („Google“, „YouTube“, „Meta“) Prancūzijoje, Italijoje, Austrijoje jau moka tam tikro tarifo mokesť, iš to surenkamos nemenkos mokesťinės pajamos minėtose šalyse.</i>	E02
	<i>Žiūrėkite, Italija, Austrija ir Prancūzija naudoja tokį mokesť, nes suvokė, jog iš šių šalių gali išeiti dideli neapmokestinami pinigai, kuriuos čia generuoja globalios technologijų milžinės.</i>	E02
	<i>3 procentų skaitmeninių paslaugų mokesťis Prancūzijoje yra įvestas nuo 2019 metų pradžios. Italijoje tokis mokesťis renkamas nuo 2020 metų. Skaitmeninių paslaugų mokesťio tarifu apmokestinama užsienių firmų apyvarta, gauta per skaitmeninių paslaugų teikimą minėtose rinkose. Austrijoje mokesťis pradėtas taikyti tais pačiais metais, kaip ir Italijoje, bet jis šiek tiek didesnis ir sudaro 5 procentus. Čia apmokestintos internetinės reklamos paslaugos.</i>	E04
Latvija (planuoja)	<i>Kiek žinau, Latvijos Parlamentas priėmė svarstyti įstatymo projektą, kuriuo siūloma įvesti skaitmeninių paslaugų mokesť. Jame siūloma, kad 3 procentų tarifas bus pritaikomas globalioms technologijų korporacijoms...</i>	E03
	<i>Toli nereikia eiti. Latvija, kaip jau sakiau, planuoja priimti tokį įstatymą.</i>	E03
Estija (planuoja)	<i>Kiek tolimesniuose savo planuose ir vizijose tokį mokesť mato Estija. Todėl mes turime neatsilikti nuo šių šalių, o kaip tik gal tapti tokio mokesťio pioniere tarp jų.</i>	E03

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Tyrimo metu buvo paminėtos įvairios užsienio šalys kaip pavyzdys Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokesť (JAV, Europa – Italija, Austrija ir Prancūzija). Kai kuriais atvejais buvo paminėta ir daugiau Europos šalių (*„Mūsų valstybė galėtų numatyti panašų reglamentavimą, kaip tai yra atlikusios kitos šalys, jau įdiegusios tokią naują. Kalbu apie Italija, Austriją, Belgiją, Čekiją ir kt.“*, E05). Kaip pavyzdys net buvo paminėtos tos kaimyninės Lietuvos šalys, kurios dar nėra įsivedusios skaitmeninių paslaugų mokesťio, bet planuoja tai daryti (Latvija, Estija). Laikytasi nuomonės, kad Lietuvai, siekiančiai pirmauti Baltijos regione, jas reikėtų aplenkti. Kita vertus, tokia mūsų šalies elgsena būtų nesuderinama su ankstesne daugelio ekspertų pozicija, kad šioje vietoje nereikėtų skubėti, galbūt palaukti tarptautinio susitarimo ES lygiu. Interviu pabaigoje dalyvių buvo klausama, kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokesťis mūsų šaliai, kokios būtų šio mokesťio įdiegimo pasekmės Lietuvoje (9 lentelė).

9 lentelė. Kategorija: skaitmeninių paslaugų mokesťio nauda ir pasekmės Lietuvai

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
Didesnės pajamos	<i>Nauda iš papildomų pajamų mokesčių surinkimo yra akivaizdi – Lietuvos biudžetas generuotų daugiau pajamų...</i>	E01
	<i>...toks skaitmeninių paslaugų mokesťis Lietuvoje būtų naudingas, nes padėtų mūsų šaliai surinkti daugiau mokesťinių pajamų</i>	E02
	<i>Kiek teko skaityti Finansų ministerijos pranešimą spaudai, tai <...> Lietuva galėtų gauti iki kelių dešimčių milijonų eurų minėto mokesťio lėšų.</i>	E02
	<i>Padėtų surinkti daugiau pajamų. Tai savaime aišku.</i>	E03
	<i>„Primus Derling“ tyrimas atskleidė, kad Latvijoje įdiegus 3 procentų dydžio</i>	E03

Subkategorijos	Teiginiai	Ekspertų kodai
	<i>skaitmeninių paslaugų mokestį, kiekvienais metais būtų galima papildomai surinkti 17–30 mln. eurų. Taigi panašiai tiek mes galėtume gauti ir Lietuvoje.</i>	
	<i>Jeigu pas mus būtų 5 procentų tarifas, kaip siūlau aš, tai gautume dar daugiau.</i>	E03
	<i>Jeigu būtų įvestas <...>, manau, mūsų šalis iš to tik laimėtų, nes iš tokio mokesčio surinktos mokesstinės lėšos liktų Lietuvoje...</i>	E04
	<i>Taigi, iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuva išloštų, nes dabar iš šios srities, šio „tamsaus lauko“ mūsų šalis negauna išvis jokių mokesčių pajamų.</i>	E05
Didesnė pridėtinė vertė	<i>...iš tokio mokesčio surinktos mokesstinės lėšos liktų Lietuvoje ir padėtų joje generuoti daugiau pridėtinės vertės.</i>	E04
Papildomos paslaugos piliečiams	<i>...galėtų daugiau padaryti Lietuvos gyventojams, suteikti papildomų paslaugų...</i>	E01
	<i>Iš mokesčio surinktos lėšos mūsų šalyje gali būti orientuotos į piliečių raštingumo didinimą informacinių technologijų sferoje, į žiniasklaidos rėmimą ir pan.</i>	E02

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Ekspertai sutiko su nuostata, kad skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvai labiausiai naudingas būtų tuo, kad padėtų surinkti daugiau mokesčių pajamų, kurias, beje, būtų galima išnaudoti, teikiant papildomas paslaugas piliečiams. Vienas iš tyrimo dalyvių pažymėjo, kad tos šalys, kurios įsivedė ar planuoja įsivesti skaitmeninių paslaugų mokestį, iš to gavo ar planuoja gauti nemažai finansinės naudos, išreikštos papildomai surinktais mokesčiais:

Ispanija per <...> finansinius metus iš skaitmeninių paslaugų mokesčio surenka apie 1 mlrd. eurų. Prancūzija pas save yra pasiskaičiavusi, kad skaitmeninių paslaugų mokestis nacionalinį biudžetą kasmet papildo apie puse milijardo eurų. Taigi nauda yra išreikšta per papildomus finansinius išteklius ir tikrai apčiuopiama. Arba imkime tą pačią mūsų kaimynę. „Primus Derling“ tyrimas atskleidė, kad Latvijoje įdiegus 3 procentų dydžio skaitmeninių paslaugų mokestį, kiekvienais metais būtų galima papildomai surinkti 17–30 mln. eurų (E03).

Vienas ekspertas detalai apibūdino, kaip būtų galima surinkti nemažai pajamų iš konkretaus skaitmeninių paslaugų teikėjo – globalios korporacijos „Netflix“. Anot šio eksperto, imant šį pavyzdį, Lietuva gautų ne vieną milijoną mokesčių pajamų, kurios dabar „iškeliauja“ į Vengriją, kur yra nuolatinė korporacijos „Netflix“ būstinė. Šis pavyzdys rodo, kaip būtų galima padidinti Lietuvai savo mokesčines pajamas, jeigu šalyje būtų įvestas skaitmeninių paslaugų mokestis:

Šiuo atveju galime imti pavyzdinį atvejį – tarptautinę, globaliai veikiančią korporaciją „Netflix“. Čia galima hipotetiškai nustatyti, kokią finansinę naudą gautų mūsų šalis, jeigu būtų apmokestintos „Netflix“ pajamos ar pelnas, kurie yra uždirbami mūsų šalies teritorijoje. „Netflix“ neturi nuolatinės buveinės Lietuvoje. Ji turi nuolatinę buveinę Vengrijoje. Taigi, pagal viską ji ten ir moka mokesčius. Tačiau ši kompanija dalį pajamų uždirba ir Lietuvoje, tai yra čia patiria komercinės naudos, tačiau Lietuva iš to nieko negauna, nes mokesčiai nukeliauja į minėtą Vengriją. „Netflix“ Vengrijoje sumoka standartinį 9 procentų pelno mokestį, nežiūrint to, kad šios firmos skaitmeninės paslaugos teikiamos ir kitose Europos valstybėse. Panaudojus 2018 metų Tarybos direktyvą, gautume tokią situaciją, kad iš skaitmeninių paslaugų gavėjų Lietuvoje uždirbtas pelnas būtų apmokestintas jau mūsų šalyje, o ne toje valstybėje, kurioje yra „Netflix“ nuolatinė buveinė (turima omenyje Vengrija). Vadinasi, mūsų šalis realiai gautų savo dalį pelno mokesčio, dėl to kažkiek didėtų mūsų biudžeto pajamos iš minėto mokesčio surinkimo. Tarkime, Netflix“ turėdama kokius 150 000 vartotojų mūsų šalyje, pagal direktyvą, už pajamas, sugeneruotas Lietuvoje iš šių vartotojų, mokesčius mokėtų būtent pas mus, „Netflix“ Lietuvoje turėtų turėti skaitmenizuotą buveinę, kuri apibūdinta Tarybos direktyvoje. Iš tų Lietuvos vartotojų uždirbtų pajamų susidarytų nemaža suma, mokėtina Lietuvai, ir ji, mano vertinimu, siektų milijonus (E05).

Apibendrinant interviu rezultatus, galima teigti, kad iš esmės visi tiriamieji pripažino aktualų ir objektyvų skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje. Viena iš svarbiausių priežasčių, kuri aktualizuoja skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje, yra socialinis teisingumas. Dalis ekspertų nebuvo iki galo apsisprendę, ar Lietuvai reikia nedelsiant įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį, ar vertėtų dar palaukti, neskubėti. Iš principo jie nediskutuoja dėl paties mokesčio prasmingumo ir reikalingumo, tačiau siūlo palaukti bendro sutarimo ES mastu. Dabartinė Lietuvos teisinė bazė nėra pritaikyta skaitmeninių paslaugų mokesčiui, todėl būtina ją tobulinti, keisti, papildyti. Tai galima atlikti įvedant atskirą įstatymą, konkrečiai skirtą skaitmeninių paslaugų mokesčiui, arba pakoreguoti, papildyti Pelno mokesčio įstatymą. Ekspertų nuomone, į teisinių nuostatų apyvartą reikia įtraukti „skaitmeninės buveinės“ terminą. Ekspertai paminėjo, kad kaip analogiją apmokestinant skaitmeninių paslaugų teikimą galima imti PVM, nes anksčiau jo mokėjimo buvo galima išvengti, registruojantis toje šalyje, kurioje PVM mažesnis. Priėmus bendrą sutarimą ES lygiu, problema buvo išspręsta, todėl PVM modelį būtų galima pritaikyti ir skaitmeninių paslaugų mokesčiui. Tyrimo dalyvių nuomone, naujo mokesčio administratoriumi galėtų būti Mokesčių inspekcija. Prieš įvedant skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, būtina įvertinti jo įdiegimo ir administravimo kaštus, kad jie neviršytų iš šio mokesčio surinktų pajamų, nes tokiu atveju mokestis prarastų ekonominę prasmę. Anot ekspertų, apmokestinti galima įvairius skaitmeninių paslaugų teikėjų veiklos rodiklius – pajamas, pridėtinę vertę ar pelną. Visgi dažniausiai akcentuotas pajamų apmokestinimo poreikis. Dėl apmokestinamų veiklų ekspertų nuomonės išsiskyrė. Vieni siūlė apmokestinti interneto reklamą (dažniausiai), bet buvo ir tokių, kurie pasiūlė platesnį apmokestinamų veiklų spektrą – vartotojų duomenų pardavimą, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, komercinius garso ir vaizdo pranešimus vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumeratą, socialinės žiniasklaidos platformas. Dažniausiai tarp ekspertų buvo siūlomas 3 procentų dydžio tarifas, nes jis dažniausiai naudojamas Europos šalyse. Tokio dydžio tarifą planuoja pas save taikyti ir Latvija. Dažniausiai ekspertai siūlė Lietuvoje nustatyti tokias pačias pajamų ribas, kaip numatyta Tarybos direktyvoje¹⁰, t. y. bendra pasaulyje gautų pajamų suma turėtų būti virš 750 mln. EUR., bendra ES gautų pajamų suma turėtų viršyti 50 mln. EUR. Visgi vietinės rinkos pajamų suma turėtų būti sumažinta iki logiškos ribos, nes minėtą ribą Lietuvoje turbūt pasiektų reta globali korporacija. Geriausia tokiu atveju būtų, jei būtų reikalaujama, kad bendra šalyje gautų pajamų suma viršytų 500 tūkst. EUR. (kaip siūloma Latvijoje). Tyrimo metu paminėtos įvairios užsienio šalys kaip pavyzdys Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį (JAV, Europa – Italija, Austrija ir Prancūzija). Kaip pavyzdys buvo paminėtos tos kaimyninės šalys, kurios dar nėra įsivedusios mokesčio, bet planuoja tai daryti (Latvija, Estija). Ekspertai nutarė, kad skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvai labiausiai naudingas būtų tuo,

¹⁰ 2018 m. kovo 21 d. priimta ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas.

kad padėtų surinkti daugiau mokestinių pajamų, kurias, beje, būtų galima išnaudoti, teikiant papildomas paslaugas gyventojams.

3.3. Tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis

Paskutinis tyrimo etapas yra susijęs su poreikiu numatyti tai, kiek Lietuva galėtų gauti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčių taikymo. Iš vienos pusės, tai labai spekuliatyvus dalykas, jeigu neatliekami sudėtingi prognostiniai skaičiavimai ir prognozes galima paremti daugiau subjektyviomis prielaidomis, iš kitos pusės, labai sunku numatyti galimą surinkti pajamų dydį, kai toks mokestis Lietuvoje dar iš viso nėra taikomas. Taigi, negalima remtis nacionaline patirtimi skaitmeninio verslo apmokestinimo srityje. Šiuo atveju galima remtis kitų užsienio šalių patirtimi, tačiau ir čia reikia daryti tam tikras išlygas, nes skaitmeninių paslaugų mokestį daugiausiai taiko didesnės už Lietuvą ekonomikos šalys (pavyzdžiui, Italija, Prancūzija ir pan.), o tos šalys, kurias būtų galima vertinti kaip patikimas analogijas Lietuvai (dėl panašios ekonomikos struktūros, ekonomikos dydžio, skaitmeninių paslaugų vartotojų skaičiaus ir pan.), dar tik planuoja įsivesti tokį mokestį (turima omenyje Latvija, Estija). Be to, Estija ir Latvija pateikia preliminaras savo prognozes, kiek galėtų surinkti mokestinių pajamų iš naujo mokesčio taikymo, nes pačios neturi faktinės tokio mokesčio taikymo patirties. Atsižvelgiant į tai, kad stokojama viešai prieinamų statistinių duomenų¹¹ apie tai, kiek Lietuvoje yra MOSS¹² / OSS¹³ sistemos dalyvių, kurie galėtų mokėti skaitmeninių paslaugų mokestį (pavyzdžiui, reikia žinoti ne tik, kiek yra minėtų dalyvių, bet kokios yra jų deklaruojamos pajamos ir pelnas, gaunami Lietuvoje, be to, čia reikia nuspręsti, kokio dydžio tarifą mes norime taikyti ir kokią vietinių pajamų ar pelno ribą reikia nusimatyti, nuo kurios būtų skaičiuojamas naujas mokestis), nuspręsta remtis interviu būdu apklaustų ekspertų prognozėmis ir jų pateiktomis prielaidomis.

Šias ekspertų pateiktas prognozes ir prielaidas reikia palyginti su patirtimi kitų užsienio šalių, kurios gauna arba planuoja gauti tam tikro dydžio pajamas iš skaitmeninio paslaugų mokesčio taikymo. Tokiu atveju, manytina, galima daryti patikimesnes išvadas dėl to, koks būtų tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis.

¹¹ Dėl reikiamų statistinių duomenų pateikimo buvo kreiptasi į VMI, tačiau ji tų duomenų nepateikė.

¹² Minimalioji vieno langelio sistema (MOSS) suteikia galimybę teikti skaitmenines paslaugas, neįsiregistravus kiekvienoje ES šalyje (tarp jų ir Lietuvoje). Ja gali naudotis tiek ES įsisteigusios, tiek ES neįsisteigusios įmonės. Minimalioji vieno langelio PVM schema (MOSS) yra nepivaloma sistema, suteikianti galimybę apskaityti paprastai daugelyje šalių mokėtiną PVM tik vienoje ES šalyje (šiuo atveju Lietuvoje) (Skaitmeninėms paslaugoms taikomas PVM (MOSS schema), 2022).

¹³ One Stop Shop (OSS) – tai sistema, kuri supaprastina mokestinių PVM prievolių taikymą verslo subjektams, kurie verčiasi skaitmeninių ir kitų paslaugų (kurių teikimo vieta yra kitose ES valstybėse narėse) teikimu ir atliekantiems nuotolinę prekybą prekėmis neapmokestinamiesiems asmenims tais atvejais, kai veikla apima daugiau nei vienos ES valstybės narės teritoriją. Pažymėtina, kad OSS sistema nuo 2021 metų Lietuvoje pakeitė MOSS sistemą (VMI, 2023)

Atlikus ekspertinį vertinimą, gautos įvairios interviu dalyvių prognozės, paremtos ir panašiomis, ir skirtingomis prielaidomis (10 lentelė). Tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis tarp ekspertų varijuoja nuo 17 iki 30 mln. EUR., kai surinktų pajamų vidurkis skirtingose prognozėse siekia apie 24 mln. EUR. Tiek mokestinių pajamų būtų surinkta pritaikius 3 proc. tarifą ir pasirinkus vietinių apmokestinamų metinių pajamų ribą – apie 500 tūkst. EUR. Ekspertai, pateikdami prognozes, dažniausiai rėmėsi analogijomis su Latvija ir Estija – kaimyninėmis šalimis, kurių geografinė, ekonominė, socialinė ir kultūrinė, iš dalies demografinė sankloda yra panaši su Lietuvos, todėl galima tikėtis surinkti panašiai tiek mokestinių pajamų, kiek planuoja kitos Baltijos šalys (kaip žinome, jos skaitmeninių paslaugų mokesčio pas save taip pat nėra įsivedusios, tačiau yra pateikusios vertinimus, kiek galėtų surinkti mokestinių pajamų). Vienas ekspertas rėmėsi ir Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos pranešimu¹⁴ (~20-30 mln. EUR.), kaip patikimu atramos tašku savo prognozei pateikti.

10 lentelė. Tikėtinas dydis mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo Lietuvoje

Tikėtinas dydis		Tarifa	Vietinių apmokestinamų pajamų riba	Prielaidos prognozei	Šaltiniai
~20-25 mln. EUR.	~22,5 mln. EUR. (vidurkis)	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Mažų Europos šalių patirtis skaitmeninių paslaugų mokesčio surinkime („...panašiai tiek pajamų surenkama mažose Europos šalyse, kurios įsivedė ar planuoja įsivesti tokį mokesť. Taigi panašiai ir mes tiek galėtume surinkti“). 	E01
~17-30 mln. EUR.	~23,5 mln. EUR. (vidurkis)	3 proc.	-	<ul style="list-style-type: none"> Lietuvos Vyriausybės pranešimas¹⁵ („Aš remiuosi <...> Finansų ministerijos pranešimu spaudai“). Analogijos su Latvija („...analogiškai tiek planuojama surinkti ir Latvijoje“). 	E02
~17-30 mln. EUR. (daugiau esant 5 proc. tarifui)	~23,5 mln. EUR. (vidurkis)	3 proc. arba 5 proc.	500 tūkst. EUR.	<ul style="list-style-type: none"> Analogijos su Latvija („Primus Derling“ tyrimas įrodė, kad Latvijoje įdiegus 3 procentų dydžio skaitmeninių paslaugų mokesť, kasmet būtų galima surinkti 17–30 mln. eurų. Taigi panašiai tiek mes galėtume gauti ir Lietuvoje“). 	E03
~20 mln. EUR.		3 proc.	Kuo mažesnė	<ul style="list-style-type: none"> Didesnių mokestinių pajamų surinkimo ribotumas dėl to, kad Lietuva nėra didelė rinka skaitmeniniams paslaugų teikėjams iš užsienio („...daug pajamų nesurinksime dėl to, kad pas mus nėra labai daug tų stambių skaitmeninių paslaugų teikėjų, kurie daug uždirbtų pajamų grynai Lietuvoje. Na, imkime, pavyzdžiui, tai 	E04

¹⁴ <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

¹⁵ <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

Tikėtinas dydis	Tarifas	Vietinių apmokestinamų pajamų riba	Prielaidos prognozei	Šaltiniai
			<i>Facebook, Youtube, Instagram, Netflix...</i>). <ul style="list-style-type: none"> Kuo įvairesnis apmokestinamų veiklų spektras. 	
~30 mln. EUR.	3 proc.	-	<ul style="list-style-type: none"> Analogijos su Latvija ir Estija („<i>Tai planuojama ten surinkti panašiai tų mokesčių pajamų. Estijoje kažkiek mažiau, bet Latvijoje tai labai panašiai</i>“). 	E05
~23,9 mln. EUR. (vidurkis nuo visų ekspertų)	3 proc.	500 tūkst. EUR. arba mažiau	<ul style="list-style-type: none"> Analogijos su kaimyninėmis šalimis – Latvija ir Estija, kurios planuoja gauti panašiai tiek pajamų pas save Lietuvos Vyriausybės pranešimas spaudai Kuo įvairesnis apmokestinamų veiklų spektras Kuo mažesnė vietinių apmokestinamų pajamų riba 	Auto-riaus išvada

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus, remiantis interviu

Ekspertai teigė, kad surinktos mokesčių pajamos iš naujo mokesčio labai priklausys „*nuo to, ką apmokestinsime ir koku tarifu. Todėl jos gali labai varijuoti ir tikslų skaičių čia išvesti sunku*“ (E04). Be to, viskas priklauso ir nuo to, koks tarifas bus taikomas – pavyzdžiui, 3 procentų ar 5 procentų („*Jeigu pas mus būtų 5 procentų tarifas, <...> tai gautume dar daugiau*“; E03). Kitas svarbus aspektas, kurį būtina įvertinti, koks vietinių pajamų dydis bus apmokestintas, nes čia riba gali varijuoti nuo 100 iki 500 tūkst. EUR., kaip, pavyzdžiui, planuojama Latvijoje (E03). Nuo pasirinktos ribos gali priklausyti surinktų mokesčių pajamų dydis: „*Viskas priklauso labai nuo to, kokią vietinių pajamų ribą mes nustatysime. Jeigu kartelė bus nuleista žemai, tai ir pajamų bus galima surinkti daugiau*“ (E04). Kitas svarbus dalykas yra tai, kokios veiklos bus apmokestintos. Platesnis apmokestinamų veiklų spektras įgalintų Lietuvą surinkti daugiau pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio: „*Daugiau būtų galima surinkti <...>, jeigu apmokestinamų veiklų spektras būtų išplėstas. Tai yra apmokestinta būtų ne tik interneto reklama, bet ir vartotojo duomenų perdavimas, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata, socialiniai tinklai...*“ (E04). Išvedus vidurkį nuo ekspertų pateiktų subjektyvių prognozių, gauta beveik **24 mln. EUR.** mokesčių pajamų apimtis, kurios galima tikėtis iš skaitmeninio paslaugų mokesčio taikymo Lietuvoje. Sunku vertinti šios pajamų ribos efektyvumą, nes nėra aišku, kokie būtų naujo mokesčio įvedimo ir administravimo kaštai. Ši prognozė paremta tokiomis ekspertų prielaidomis:

- **3 proc. mokesčio tarifas.**
- **Vietinių apmokestinamų pajamų riba – 500 tūkst. EUR. arba mažiau.**

- Analogijos su kaimyninėmis šalimis – Latvija ir Estija, kurios planuoja gauti panašiai tiek pajamų.
- Lietuvos Vyriausybės pranešimas spaudai.
- Kuo įvairesnis apmokestinamų veiklų (skaitmeninių paslaugų) spektras.
- Kuo mažesnė vietinių apmokestinamų pajamų riba.

Viena aišku, kad dėka skaitmeninio paslaugų mokesčio Lietuva gautų papildomų mokesčių pajamų, kurios dabar „iškeliauja“ į tas užsienio šalis, kuriose yra deklaruota nuolatinė skaitmeninių paslaugų teikėjų buveinė. Šiuo atveju galima pritarti Gulbino ir Jogminaitės (2020) nuostatai, kad Lietuvoje priėmus Tarybos direktyvą dėl „Bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio <...> sistemos“ (2018), potencialiai išaugų pelno mokesčio bazė, kuri leistų Lietuvai gauti daugiau pajamų. Tai reiškia, kad mūsų šalis gautų savo dalį pelno mokesčio (arba skaitmeninių paslaugų mokesčio), o tai savo ruožtu reikštų Lietuvos pajamų išaugimą. 24 mln. EUR. pajamų riba, nustatyta iš ekspertų vertinimų, yra realistinė. Tokią išvadą galima padaryti, palyginus šių pajamų dydį su Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos pranešimu¹⁶, kuriame nurodoma, kad Lietuvoje iš skaitmeninių paslaugų mokesčio galima surinkti keliasdešimt milijonų eurų pajamų. 11 lentelėje pateikiamas palyginimas su užsienio šalimis.

11 lentelė. Planuojamų pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo Lietuvoje palyginimas su kitų Europos šalių patirtimi

	Pajamų dydis	Tarifas	Būsena	Šaltiniai	Proc. nuo paskutinių metų BVP	Pastabos	
Lietuva	~23,9 mln. EUR.	3 proc.	Planuojama	Ekspertų interviu	0,036 proc.	2022 metais BVP siekė 67,1 mlrd. EUR. ¹⁷	
Kitos ES šalys	Pajamų dydis	Tarifas	Būsena	Šaltiniai	Proc. nuo paskutinių metų BVP	Pastabos	Palyginimas su Lietuva
Latvija	~17-30 mln. EUR. ¹⁸ (~23,5 mln. EUR. vidurkis)	3 proc.	Planuojama	Advokatų kontoros „PRIMUS DERLING“ atliktas tyrimas ¹⁹	0,057 proc.	2022 metais BVP siekė 41,2 mlrd. EUR. ²⁰	Planuojamos pajamos mažai skiriasi nuo Lietuvos, santykis su BVP geresnis Latvijoje
Estija	~9-24 mln. EUR.	3 proc.	Planuojama	Estijos medijos	0,043 proc.	2022 metais BVP siekė	Planuojamos pajamos

¹⁶ <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

¹⁷ [https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2023/01/31/lietuvos-bvp-2022-m-isaugo-22-taciau-paskutini-metu-ketvirti-smuko-0430mln-eur-jeigu-butu-pritaikytas-prancuziskas-apmokestinimo-modelis-\(Ali,2020\)](https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2023/01/31/lietuvos-bvp-2022-m-isaugo-22-taciau-paskutini-metu-ketvirti-smuko-0430mln-eur-jeigu-butu-pritaikytas-prancuziskas-apmokestinimo-modelis-(Ali,2020))

¹⁹ <https://eng.lsm.lv/article/economy/economy/latvian-study-shows-digital-tax-could-yield-17-30-million-euros-per-year.a345015/>

²⁰ <https://countryeconomy.com/gdp/latvia>

	Pajamų dydis	Tarifas	Būsena	Šaltiniai	Proc. nuo paskutinių metų BVP	Pastabos	
	(~16,5 mln. EUR. vidurkis)			kompanijų lūkestis ²¹		38,1 mlrd. EUR. ²²	mažesnės už Lietuvos, bet santykis su BVP geresnis
Prancūzija	518 mln. EUR. (2022 m.)	3 proc.	Planuojama	Ekonomikos ir Finansų ministerijos prognozė ²³	0,019 proc.	2022 metais BVP siekė 2783 mlrd. EUR. ²⁴	Santykis su BVP beveik dvigubai prastesnis nei Lietuvoje
Italija	600 mln. EUR. (2021 m.)	3 proc.	Planuojama	Vyriausybės prognozė ²⁵	0,029 proc.	2021 metais BVP siekė 2101 mlrd. EUR. ²⁶	Santykis su BVP artimas Lietuvai
Jungtinė Karalystė	422 mln. EUR. / 370 mln. svarų sterlingų (2021 m.)	2 proc.	Surinkta	Vyriausybės duomenys ²⁷	0,017 proc.	2021 metais BVP siekė 2443 mlrd. EUR. ²⁸	Santykis su BVP dvigubai prastesnis nei Lietuvoje

Šaltinis: sudaryta darbo autoriaus

Kaip matyti, Lietuvoje pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio (taikant 3 proc. tarifą) būtų surenkama panašiai kaip Latvijoje, ir beveik 45 proc. daugiau negu planuojama Estijoje. Vieno eksperto pastebėjimu, „su didelėmis šalimis Lietuvą lyginti gal būtų nekorektiška, nes jų ekonomikos daug didesnės ir skaitmeninių paslaugų teikimo mastai iš užsienio vienetų daug didesni“ (E05). Atsižvelgus į minėtą pastebėjimą, nuspręsta palyginimui išvesti objektyvesnį rodiklį – tokį kaip mokesčių pajamų santykis su BVP – mokesstinės pajamos iš skaitmeninių paslaugų mokesčio išreikštos procentais nuo paskutinių metų BVP.

Apskaičiuota, kad mokesstinės pajamos iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje sudarytų 0,036 proc. nuo BVP. Tai panašiai tiek, kiek Italijoje (0,029 proc.), tačiau mažiau negu Estijoje (0,043 proc.) ir ypač Latvijoje (0,057 proc.). Kita vertus, palyginus su didžiausiomis ekonomikomis, matyti, kad minėtų šalių mokesčių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio santykis yra / būtų prastesnis negu Lietuvoje: Prancūzijoje – 0,019 proc., Jungtinėje Karalystėje – 0,017 proc. (bet šioje šalyje taikomas tik 2 proc. tarifas).

²¹ <https://news.err.ee/993554/estonia-to-tax-international-digital-companies-in-three-years>

²² <https://countryeconomy.com/gdp/estonia>

²³ <https://www.twobirds.com/en/insights/2019/global/digital-services-tax-in-france>

²⁴ <https://countryeconomy.com/gdp/france>

²⁵ <https://taxfoundation.org/italy-digital-tax/>

²⁶ <https://countryeconomy.com/gdp/italy>

²⁷ <https://www.twobirds.com/en/insights/2019/global/digital-services-tax-in-the-uk>

²⁸ <https://www.statista.com/statistics/281744/gdp-of-the-united-kingdom/>

Taigi, galima konstatuoti, kad įvedus skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje ir palyginus iš jo gaunamas mokestines pajamas kitų Europos šalių kontekste, galima teigti, kad mūsų šalyje būtų surenkamos vidutinės pajamos, išreikštos procentais nuo BVP (geriau nei Italijoje, Prancūzijoje ar Jungtinėje Karalystėje, bet prasčiau nei Latvijoje ar Estijoje).

Nežiūrint to, galima akcentuoti, kad įvedus naują mokestį, Lietuvoje būtų gautos papildomos mokestinės pajamos, kai dabar jų iš viso negaunama. Vadinasi, ekonominė skaitmeninio paslaugų mokesčio nauda yra akivaizdi, tačiau čia iškyla ne ekonominio, bet politinio pobūdžio klausimas – kada įvesti minėtą mokestį (ar nelaukti tarptautinių susitarimų ir globalios mokesčių reformos ir įvesti nacionalinį mokestį, ar palaukti ir prisitaikyti prie esminių tarptautinių tendencijų skaitmeninio verslo apmokestinimo srityje).

3.4. Tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija

Atlikus teisinės bazės, sudarančios prielaidas reglamentuoti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizę, nustatyta, kad šiuo metu skaitmeninių paslaugų teikėjai iš užsienio, kurie mūsų šalyje generuoja pajamas ir uždirba pelną, nėra niekaip reglamentuojami (išskyrus jeigu jie užsiregistruoja PVM mokėtojais) ir neprivalo mokėti skaitmeninių paslaugų mokesčio, nes tokio mokesčio Lietuvos teisinėje bazėje paprasčiausiai nėra. LR pelno mokesčio įstatymas nėra pritaikytas tam atvejui, kai skaitmeninės paslaugos teikiamos iš užsienio, turint nuolatinę buveinę kurioje nors užsienio šalyje, o pajamos ir pelnas uždirbami Lietuvoje, tačiau čia nemokami jokie mokesčiai nuo pajamų ar pelno. Ekspertų nuomone, esama Lietuvos teisinė bazė nėra pritaikyta skaitmeninių paslaugų mokesčiui, todėl būtina ją tobulinti. Tai galima atlikti įvedant atskirą įstatymą, skirtą skaitmeninių paslaugų mokesčiui, arba pakoreguoti, papildyti LR Pelno mokesčio įstatymą. Ekspertų nuomone, į teisinių nuostatų apyvartą reikia įtraukti „skaitmeninės buveinės“ terminą. Gulbinas ir Jogminaitė (2020) pripažįsta, kad tradicinis verslo mokesčių reguliavimas, paremtas nuolatinės buveinės reikalavimu, yra netinkamas skaitmeninių paslaugų teikimo atvejui.

Atlikus ekspertų požiūrio į skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje analizę, taikant interviu metodą, dar išsiaiškinta, kad skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikis Lietuvoje yra akivaizdus. Viena iš svarbiausių priežasčių, kuri aktualizuoja skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje, yra socialinis teisingumas. Mehta (2022) pažymi būtinybę Europoje sukurti tokį mechanizmą, kuris numatytų „teisingą“ mokesčių dalį iš skaitmeninio verslo generuojamų pajamų. Tokiu būdu būtų atstatytas socialinis teisingumas mokesčių iš skaitmeninio verslo surinkime.

Dalis ekspertų nebuvo iki galo apsisprendę, ar Lietuvai reikia nedelsiant įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį, ar vertėtų dar palaukti, neskubėti. Iš principo jie nediskutuoja dėl paties mokesčio reikalingumo, tačiau siūlo palaukti bendro sutarimo ES mastu. Ekspertai nurodė, kad geriausiai būtų

apmokestinti užsienio skaitmeninių paslaugų teikėjų pajamas. Su tuo sutinka ir daugelis mokslininkų (Bunn et al., 2020; Asen & Bunn, 2021; Picciotto, 2016; Onuoha & Gillwald, 2022; Vázquez, 2023).

Dėl apmokestinamų skaitmeninio verslo veiklų ekspertų nuomonės išsiskyrė. Vieni siūlė apmokestinti interneto reklamą (dažniausiai), bet buvo ir tokių, kurie pasiūlė platesnį apmokestinamų veiklų spektrą – vartotojų duomenų pardavimą, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, komercinius garso ir vaizdo pranešimus vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumeratą, socialinės žiniasklaidos platformas.

Dažniausiai tarp ekspertų buvo siūlomas 3 procentų dydžio tarifas. Buvo siūloma vietinių pajamų ribą nustatyti ties 500 tūkst. EUR. (kaip siūloma Latvijoje). Ekspertai nutarė, kad skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvai labiausiai naudingas būtų tuo, kad padėtų surinkti daugiau mokestinių pajamų. Su tuo beje sutinka ir daugelis mokslininkų (Bunn et al., 2020; Asen & Bunn, 2021; Picciotto, 2016; Onuoha & Gillwald, 2022; Vázquez, 2023).

Atlikus ekspertinį vertinimą, gautos įvairios ekspertų prognozės, paremtos tam tikromis prielaidomis dėl to, kiek Lietuva galėtų gauti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio. Išvedus vidurkį nuo ekspertų pateiktų prognozių, nustatyta, kad Lietuva per vienerius finansinius metus galėtų gauti apie 24 mln. EUR. mokestinių pajamų. Ši prognozė paremta tokiomis prielaidomis:

- 3 proc. mokesčio tarifas.
- Vietinių apmokestinamų pajamų riba – 500 tūkst. EUR. arba mažiau.
- Analogijos su Latvija ir Estija, kurios planuoja gauti panašiai mokestinių pajamų.
- Kuo įvairesnis apmokestinamų veiklų (skaitmeninių paslaugų) spektras.

Taigi, ekonominė skaitmeninio paslaugų mokesčio nauda yra akivaizdi, tačiau čia iškyla politinio pobūdžio klausimas – kada įvesti minėtą mokestį.

Vázquez (2023) išskiria įvairius galimus skaitmeninių paslaugų mokesčio plėtros scenarijus. Pirmasis, nors ir mažiau tikėtinas, yra susijęs su prielaida, kad dėl BEPS pirmojo ramsčio bus susitarta 2023 m., todėl jis įsigalios 2024 m. Tokiu atveju gali būti, kad Europos Komisija imsis ES skaitmeninio mokesčio priėmimo (net ir po to, kai bus baigtas pasaulinis mokesčių susitarimas), o tai greičiausiai didins įtampą tarp Europos ir JAV. Antrasis ir labiausiai tikėtinas scenarijus yra susijęs su tuo, kad BEPS pirmojo ramsčio įgyvendinimas toliau vėluos ir galiausiai žlugs. Tokiu atveju daugelis jurisdikcijų galės priimti vienašales arba daugiašales priemones, skirtas apsaugoti savo mokesčių bazę ir mokesčių pajamas, gautas iš tam tikros skaitmeninės veiklos, vykdomos jų jurisdikcijoje. Galiausiai, jei nepavykus BEPS pirmajam ramsčiui, Europos Komisija nepateiks ES pasiūlymo apmokestinti skaitmeninę ekonomiką arba Taryba nepasieks susitarimo dėl tokios priemonės, labiausiai tikėtinas scenarijus yra toks, kad skaitmeninių paslaugų mokestis bus taikomas taip, kaip dabar daroma nacionaliniu mastu kai kuriose Europos valstybėse.

Kalbant apie skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, iškyla dvi perspektyvos – arba įvesti nacionalinį skaitmeninių paslaugų mokestį, arba laukti, kol toks mokestis bus priimtas ES mastu arba globaliai ir tada jungtis prie jo. BEPS pirmasis ramstis numato įsipareigojimą valstybėms atsisakyti jau taikomų skaitmeninių paslaugų mokesčių ir panašių priemonių visoms įmonėms, o kartu – ir įsipareigojimą neįvesti naujų. BEPS antrasis ramstis taikomas didelėms tarptautinėms korporacijoms, viršijančioms 750 mln. EUR. metinę apyvartą, taip sprendžiant aktualias problemas, siejamas su pelno perkėlimu. Naujausios tendencijos rodo, kad kai kurios Europos šalys, pavyzdžiui, Austrija, Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Ispanija nuo 2023 metų planuoja atsisakyti nacionalinių skaitmeninių paslaugų mokesčių ir linkusios jungtis prie globalios mokesčių reformos. Kai kurios kitos ES šalys, pavyzdžiui, Italija, planuoja tai atlikti nuo 2024 metų (Ministerija: didžiųjų pasaulio įmonių apmokestinimo naudą Lietuva sulauktų 2025-aisiais, 2022)²⁹.

Taigi, Lietuvai turbūt būtų geriausiai palaukti kelerius metus ir tada priimti galutinį sprendimą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio. Juolab, kad dėl neskubėjimo įvesti tokį mokestį pasisakė dauguma ekspertų. Įvedus nacionalinį skaitmeninių paslaugų mokestį šiuo metu, jau po vienerių ar kelerių metų Lietuvai gali tekti jo atsisakyti, jeigu būtų priimtas globalus ar ES susitarimas dėl visuotinio skaitmeninių paslaugų mokesčio. Tokiu atveju įdėtos pastangos ir mokesčio įvedimo bei administravimo kaštai, manytina, būtų iššvaistyti, nes teisinę / mokestinę bazę reikėtų pritaikyti prie ES arba EBPO, jeigu Lietuva nuspręstų prisijungti prie europinio (ES atžvilgiu tai būtų privaloma) ar globalaus mokestinio susitarimo dėl skaitmeninių paslaugų apmokestinimo.

Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos duomenimis, modeliuojama, jei globalus skaitmeninių paslaugų mokestis bus įvykdytas, papildomos biudžeto lėšos Lietuvą galėtų pasiekti 2025 metais už 2024 metus. Viena mokesčio dalių suteiktų teisę apmokestinti ir informacinių technologijų milžines „Google“, „Facebook“, „Youtube“, „Amazon“, „TikTok“ ir kt. ne tik tose šalyse, kur įsikūrusios minėtos korporacijos, bet ir ten, kur įsikūrę šių korporacijų teikiamų paslaugų vartotojai (Ministerija: didžiųjų pasaulio įmonių apmokestinimo naudą Lietuva sulauktų 2025-aisiais, 2022)³⁰.

Taigi, galima daryti išvadą, kad skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvai būtų naudingas ir socialiai teisingas, nes padėtų surinkti į biudžetą kelias dešimtis papildomų milijonų eurų. Visgi esant aktyvioms diskusijoms dėl tokio mokesčio visuotinio priėmimo ES mastu, vertėtų palaukti, kol diskusijos įgys aiškią formą. Jeigu ir tuomet nebus priimtas ES susitarimas dėl visuotinio skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo (kelerių metų bėgyje), vertėtų Lietuvai svarstyti apie nacionalinio mokesčio įvedimą ir taikymą.

²⁹ <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

³⁰ <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Dabartiniu metu yra susidariusi nesąžininga situacija, kad skaitmeninio verslo subjektas moka mokesčius toje šalyje, kurioje įregistruota jo nuolatinė buveinė, o kitos šalys negauna mokesčių pajamų, nepaisant to, kad čia generuojamos to verslo subjekto pajamos ir pelnas. Kadangi skaitmenizuoti verslai kaip skaitmeninių paslaugų teikėjai pelną generuoja iš daugelio šalių, kyla neaiškumas, kaip ir kurioje vietoje turėtų būti apmokestintas skaitmeninis verslas. Kyla poreikis tinkamai subalansuoti mokesčių našta tarp skaitmeninio ir tradicinio verslo modelių subjektų. Šiame darbe laikomasi požiūrio, pagal kuri skaitmeninių paslaugų mokestis apibūdinamas, kaip mokestis, kurio taikymo objektas yra apmokestinamos pajamos, gaunamos iš naudotojo kuriamos vertės.

2. Atlikus skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinę analizę, nustatyta, kad formuojant skaitmeninio verslo apmokestinimo taisykles, ES ir EBPO šalyse siekiama atsakyti į du klausimus: kurioje šalyje skaitmeninio verslo įmonė turėtų mokėti pelno ar pajamų mokestį ir kas turėtų būti apmokestinimo objektu. Skaitmeninių paslaugų mokesčio apmokestinamuoju asmeniu laikomas subjektas, kurio pasaulinės pajamos viršija 750 mln. EUR, o ES pajamos – 50 mln. EUR. Skaitmeninio paslaugų mokesčio objektas yra tik apmokestinamos pajamos, o pelno apmokestinimo atveju – pelnas ir / ar vartotojų skaičius bei sudarytų sutarčių kiekis. Skaitmeninių paslaugų mokesčio objektai yra reklamos ir tarpininkavimo paslaugos.

3. Atlikus skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizę, išsiaiškinta, kad Europos EBPO šalyse skaitmeninių paslaugų mokesčių naudojimas ir administravimas skiriasi pagal tokius aspektus, kaip skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas, taikymo sritis, pasaulinės ir vidinės rinkos pajamų ribos, nuo kurių apmokestinamas skaitmeninių paslaugų teikėjas. Skaitmeninio paslaugų mokesčio savo praktikoje daugiausiai nenaudoja Centrinės, Rytų ir Šiaurės Europos EBPO šalys. Tarp šių šalių yra ir Lietuva. Europos EBPO šalyse stokojama vieningos skaitmeninių paslaugų mokesčio reglamentavimo, administravimo ir įgyvendinimo sistemos.

4. Atlikus teisinės bazės, sudarančios prielaidas reglamentuoti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizę, nustatyta, kad šiuo metu skaitmeninių paslaugų teikėjai iš užsienio, kurie mūsų šalyje generuoja pajamas ir uždirba pelną, nėra niekaip reglamentuojami (išskyrus jeigu jie užsiregistruoja PVM mokėtojais) ir neprivalo mokėti skaitmeninių paslaugų mokesčio, nes tokio mokesčio Lietuvos teisinėje bazėje nėra. LR pelno mokesčio įstatymas nėra pritaikytas tam atvejui, kai skaitmeninės paslaugos teikiamos iš užsienio, turint nuolatinę buveinę kurioje nors užsienio šalyje, o pajamos ir pelnas uždirbami Lietuvoje, tačiau čia nemokami jokie mokesčiai nuo pajamų ar pelno.

5. Atlikus interviu, išsiaiškinta, kad viena iš svarbiausių priežasčių, kuri aktualizuoja skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje, yra socialinis teisingumas. Dalis ekspertų nebuvo apsisprendę, ar Lietuvai reikia nedelsiant įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį, ar vertėtų dar palaukti,

neskubėti. Iš principo jie nediskutuoja dėl paties mokesčio reikalingumo, tačiau siūlo palaukti bendro sutarimo ES mastu. Ekspertai nurodė, kad geriausiai būtų apmokestinti pajamas. Dėl apmokestinamų veiklų ekspertų nuomonės išsiskyrė. Vieni siūlė apmokestinti interneto reklamą (dažniausiai), bet buvo ir tokių, kurie pasiūlė platesnį apmokestinamų veiklų spektrą – vartotojų duomenų pardavimą, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas, komercinius garso ir vaizdo pranešimus vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumeratą, socialinės žiniasklaidos platformas. Dažniausiai tarp ekspertų buvo siūlomas 3 procentų dydžio tarifas. Buvo siūloma vietinių pajamų ribą nustatyti ties 500 tūkst. EUR. (kaip siūloma Latvijoje). Kalbant apie skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, iškyla dvi perspektyvos – arba įvesti nacionalinį skaitmeninių paslaugų mokestį, arba laukti, kol toks mokestis bus priimtas ES mastu arba globaliai ir tada jungtis prie jo. Lietuvai būtų geriausiai palaukti kelerius metus ir tada priimti galutinį sprendimą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio. Juolab, kad dėl neskubėjimo įvesti tokį mokestį pasisakė dauguma ekspertų. Jeigu ir tuomet nebus priimtas ES susitarimas dėl visuotinio skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo (kelerių metų bėgyje), vertėtų Lietuvai svarstyti apie nacionalinio mokesčio įvedimą ir taikymą.

6. Atlikus ekspertinį vertinimą, gautos įvairios ekspertų prognozės, paremtos tuo, kiek Lietuva galėtų gauti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio. Remiantis ekspertais, nustatyta, kad Lietuva per vienerius finansinius metus galėtų gauti apie 24 mln. EUR. mokestinių pajamų. Pagrindinė prielaida – analogijos su Latvija ir Estija, kurios planuoja gauti panašiai tiek mokestinių pajamų.

Šiame darbe teikiamos **rekomendacijos** – Lietuvos Respublikos Vyriausybei nusprendus dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo, būtų galima remtis tokiomis prielaidomis:

1. Atskiras skaitmeninių paslaugų mokesčio įstatymas.
2. Skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymas, apmokestinant pajamas.
3. 3 proc. mokesčio tarifas.
4. Vietinių apmokestinamų pajamų riba – 500 tūkst. EUR. arba mažiau.
5. Kuo įvairesnis apmokestinamų veiklų (skaitmeninių paslaugų) spektras.

LITERATŪRA

Teisės aktai

1. EBPO (2018). *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018: Inclusive Framework on BEPS (Su skaitmeninimu susiję mokesčiai uždaviniai. 2018 m. EBPO tarpinė ataskaita „BEPS įtrauki sistema“)*. Paryžius: EBPO leidykla. Prieiga per internetą: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264293083-en>
2. ES Komisija (2018). *Tarybos direktyva, kuria nustatomos taisyklės, susijusios su įmonių reikšmingos skaitmeninės veiklavietės apmokestinimu (Council Directive on Laying down rules relating to the corporate taxation of a significant digital presence)*. Prieiga per internetą: <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7419-2018-INIT/lt/pdf>
3. ES Komisijos komunikatas Europos parlamentui ir tarybai (2017): *Sąžininga ir veiksminga apmokestinimo sistema Europos Sąjungos bendrajai skaitmeninei rinkai*. Prieiga per internetą: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0547&from=EN>
4. ES Tarybos direktyva dėl bendros skaitmeninių paslaugų mokesčio, kuriuo apmokestinamos pajamos, gaunamos teikiant tam tikras skaitmenines paslaugas, sistemas (2018). Prieiga per internetą: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018PC0148&from=EN>
5. Europos parlamento ir tarybos direktyva 2014/65/ES dėl finansinių priemonių rinkų, kuria iš dalies keičiamos Direktyva 2002/92/EB ir Direktyva 2011/61/ES (2014). Prieiga per internetą: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX:32014L0065>
6. Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas (2001). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.157066/asr>
7. Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatymas (2002). Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.163423/asr>
8. *United Nations: Tax treatment of payments for digital service* (2020). Prieiga per internetą: <https://www.un.org/development/desa/financing/sites/www.un.org.development.desa.financing/files/2020-08/TAX%20TREATY%20PROVISION%20ON%20PAYMENTS%20FOR%20DIGITAL%20SERVICES.pdf>

Knygos

9. Bunn, D., Asen, E. ir Enache, C. (2020). *Digital Taxation Around the World*. Washington DC: Tax Foundation.

10. Cebreiro-Gómez, A., Clavey, C., Estevão, M., Leigh-Pemberton, J. & Stewart, B. (2021). *Digital services tax: country practice and technical challenges*. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
11. Dane, F. C. & Carhart, E. D. (2022). *Evaluating Research: Methodology for People Who Need to Read Research*. 3rd edition. SAGE Publications, Inc.
12. Dzemydienė, D., Naujikienė, R. ir Dzindzalieta, R. (2016). *Elektroninių paslaugų įgyvendinimo sprendimai: monografija*. Vilnius: VšĮ Registrų centras.
13. Flick, U. (2022). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Design*. SAGE Knowledge.
14. Juswanto, W. & Abiyunus, Y. F. (2022). Taxing the Digitalized Economy: An Emerging Markets Perspective. In N. Hendriyetty, Ch. Evans, Ch. Ju Kim & F. Taghizadeh-Hesary (Eds). *Taxation in the Digital Economy New Models in Asia and the Pacific* (p. 56–81). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
15. Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. SAGE publishing.
16. Lucas-Mas, C. O. & Junquera-Varela, R. F. (2021). *Tax Theory Applied to the Digital Economy: A Proposal for a Digital Data Tax and a Global Internet Tax Agency*. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
17. Okoko, J., Tunison, S. & Walker, K. (2022). *Varieties of Qualitative Research Methods. Selected Contextual Perspectives*. Springer.
18. Watson, R. T., Berthon, P., Pitt, L. F. & Zinkhan, G. M. (2014). *Electronic Commerce: The Strategic Perspective. 2nd edition*. University Press of Florida.

Daktaro disertacijos

19. Afarjanc, E. (2019). *Elektroninių paslaugų tobulinimo proceso kokybės veiksnių modelis* (daktaro disertacija). Vilnius: Vilniaus universitetas.

Magistro darbai

20. Butkevičienė, A. (2021). *BEPS projekto 1-ojo veiksmo poveikio skaitmeninio verslo apmokestinimui Lietuvoje tyrimas* (baigiamasis magistro studijų projektas). Kaunas: Kauno Technologijos universitetas.

Moksliniai straipsniai

21. Alfandia, N. S. (2019). Literature Review on Digital Service Tax as Reference for New Business Model in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 154, 183–187.

22. Bankole, O. M. & Adetoro, D. O. (2022). Taxation of digital activities: an evaluation of the nigerian approach in a global context. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 23, 131–137. DOI: <https://doi.org/10.47743/jopaf1-2022-23-09>
23. Bentley, D. (2020). Digital tax administration: transforming the workforce to deliver. *eJournal of Tax Research*, 18(2), 353–381.
24. Burinskienė, A. ir Daškevič, D. (2013). Verslo modeliai prekybos įmonėse. *Verslo sistemos ir ekonomika*, 3(2), 233–247. DOI: <https://doi.org/10.13165/VSE-13-3-2-09>
25. Chen, C. (2015). Taxation of digital goods and services. *NYU Annual survey of American law*. 70, 421–478.
26. Gulbinas, A. ir Jogminaitė, K. (2020). Skaitmeninio verslo apmokestinimo problemos ir iššūkiai. *Teisės mokslo pavasaris – 2020*, 98–121.
27. Hak, M., Devčić, A. & Budić, H. (2021b). Determinants of Digital Taxation in European Union. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 1319–1329.
28. Hlaciuc, E. (2019). International taxation of digital services – necessity or abuse? *Ecoforum Journal*, 8(3), 1–5.
29. Kofler, G. & Sinnig, J. (2019) Equalization taxes and the EU's 'digital services tax'. *Intertax*, 47(2), 176–200.
30. Koroleva, L. P. (2019). Taxation of digital services: theory, international practice and domestic prerequisites. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 12(3), 91–106. DOI: <https://doi.org/10.15838/esc.2019.3.63.6>
31. Kotina, H., Stepura, M. & Polyvana, Y. (2020). Taxation of digital services as an alternative fiscal tool in the context of global trends. *Підприємництво та інновації*, 12, 188–194. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.33>
32. Köthenbürger, M. (2020). Taxation of Digital Platforms. *EconPol Working Paper*, 41, 1–16.
33. Mehta, S. (2022). Equalisation Levy: An Analysis of Digital Taxation. *Indian Journal of Law and Legal Research*, 3(2), 1741–1749.
34. Olbert, M. & Spengel, C. (2017). International Taxation in the Digital Economy: Challenge Accepted? *World Tax Journal*, 9(1), 3–46.
35. Onuoha, R. & Gillwald, A. (2022). Digital Taxation: can it contribute to more just resource mobilisation in post-pandemic reconstruction? *Digital New Deal for Africa Series*, 2, 2–24.
36. Paliulis, N. K. ir Sabaitytė, J. (2011). E. verslo modelių panaudojimas verslo plėtrai. *Contemporary issues in business, management and education 2011*, 237–252.
37. Sidik, M. (2022). Digital Services Tax: Challenge of International Cooperation For Harmonization. *Jurnal Pajak dan Bisnis*, 3(1), 56–64.

38. Simić, S. (2021). Regulation and taxation of digital services in accordance with the initiatives of the European Union. *Financial Law Review*, 24(4), 194–214.
39. Tvarijonavičiūtė, R., Patašienė, I. ir Patašius, J. (2010). Elektroninių paslaugų rinkinio sudėties vertinimas. *Vadyba / Journal of Management*, 17(1), 155–162.
40. Vaska, S., Massaro, M., Bagarotto, E. M. & Dal Mas, F. (2021). The Digital Transformation of Business Model Innovation: A Structured Literature Review. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–18. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.539363>

Konferencijų medžiaga

41. Hak, M., Andrić, B. & Devčić, A. (2021a). Specificities of digital business models in relation to taxation. *Proceedings of FEB Zagreb 12th International Odyssey Conference on Economics and Business*, 3(1), 213–221.
42. Kuizinienė, D. (2013). Skaitmeninių technologijų taikymo versle teorinių modelių ir jo poveikio ekonomikai tyrimų analizė. *Lietuvos aukštųjų mokyklų vadybos ir ekonomikos jaunųjų mokslininkų konferencijų darbai*, 16, 123–132.
43. Schaller, A. A., Vatananan-Thesenvitz, R., Pulsiri, N. & Schaller, A. M. (2019). *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) 2019*, 1–13.
44. Sokolovska, O., & Belozyorov, S. (2019). Taxation of digital corporations: options for reforms. In *2nd International Scientific conference on New Industrialization: Global, national, regional dimension (SICNI 2018)* (pp. 236–241). Atlantis Press.

Interneto šaltiniai

45. Ali, H. (2020). *Latvia Considers Introducing Digital Services Tax*. Prieiga per internetą: <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/latvia-considers-introducing-digital-services-tax>
46. Asen, E. & Bunn, D. (2021). *What European OECD Countries Are Doing about Digital Services Taxes*. Prieiga per internetą: <https://taxfoundation.org/digital-tax-europe-2020/>
47. Asen, E. & Bunn, D. (2022). *What European Countries Are Doing about Digital Services Taxes*. Prieiga per internetą: <https://taxfoundation.org/digital-tax-europe-2022/>
48. Durst, M. C. (2018). A Corporate Tax Policy Agenda for Lower-Income Countries. *Tax Notes International*. Prieiga per internetą: <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/13999/Chapter%205.pdf?sequence=1>

49. *Lietuvoje gali atsirasti naujas mokestis: apmokestintų „Google” ir „Facebook”* (2021). Prieiga per internetą: <https://kaunas.kasvyksta.lt/2021/12/08/mokslas-ir-it/lietuvoje-gali-atsirasti-naujas-mokestis-apmokestintu-google-ir-facebook/>
50. Ministerija: didžiųjų pasaulio įmonių apmokestinimo naudos Lietuva sulauktų 2025-aisias (2022). *Verslo žinios*. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/finansai-apskaita/2022/05/19/ministerija-didziuju-pasaulio-imoniu-apmokestinimo-naudos-lietuva-sulauktu-2025-aisias>
51. Picciotto, S. (2016). *Taxing multinational enterprises as unitary firms*. Prieiga per internetą: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3120326
52. *Skaitmeninėms paslaugoms taikomas PVM (MOSS schema)* (2022). Prieiga per internetą: https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-digital-services-moss-scheme/index_lt.htm
53. Vázquez, J. M. (2023). *Digital Services Taxes in the European Union: What Can We Expect?* Prieiga per internetą: <https://kluwertaxblog.com/2023/02/14/digital-services-taxes-in-the-european-union-what-can-we-expect/>

Kliauga, M. (2023). *Skaitmeninių paslaugų mokestis ir jo administravimas* (magistro baigiamasis darbas). Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

ANOTACIJA

Magistro baigiamajame darbe vertinama, kokios yra galimybės įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje. Pirmame skyriuje analizuojamas skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo poreikis, pateikiama skaitmeninių paslaugų mokesčio koncepcija ir teisinė analizė, atliekama skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizė. Antrame skyriuje pateikiama skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje tyrimo metodologija. Trečiame skyriuje pateikiama teisinės bazės, sudarančios prielaidas reglamentuoti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizė, taip pat atliekama ekspertų požiūrio į skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje analizė, vertinamas tikėtinas pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydis, pateikiamas tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija. Darbo pabaigoje formuluojamos išvados ir pateikiamos rekomendacijos dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo Lietuvoje.

Pagrindiniai žodžiai: skaitmeninės paslaugos, skaitmeninis verslas, skaitmeninių paslaugų mokestis, skaitmeninio verslo apmokestinimas.

Kliauga, M. (2023). *Digital services tax and its administration* (master's thesis). Vilnius: Mykolas Romeris University.

ANNOTATION

The master's thesis assesses the possibilities of introducing a digital services tax in Lithuania. The first chapter analyzes the need to change digital business taxation, presents the concept and legal analysis of the digital service tax, and analyzes the administration of the digital service tax. The second chapter presents the research methodology of digital services tax in Lithuania. The third chapter provides an analysis of the legal framework that constitutes the prerequisites for regulating the digital services tax in Lithuania, as well as an analysis of the experts' approach to the digital services tax in Lithuania, an assessment of the likely amount of revenue collected from the digital services tax in Lithuania, a summary and discussion of the research results. At the end of the paper, conclusions are formulated and recommendations are presented regarding the introduction of digital services tax in Lithuania.

Key words: digital services, digital business, digital services tax, digital business taxation.

Kliauga, M. (2023). *Skaitmeninių paslaugų mokestis ir jo administravimas* (magistro baigiamasis darbas). Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

SANTRAUKA

Naujasis skaitmeninių paslaugų mokestis Europos Sąjungoje taikomas nuo 2020 metų sausio mėnesio 1 dienos, naudojant, kaip rekomenduojama, fiksuotą 3 proc. tarifą nuo bendrųjų pajamų, gaunamų iš tam tikrų skaitmeninių paslaugų. Todėl aktualu tirti, kaip skaitmeninių paslaugų mokestis naudojamas įvairiose šalyse, kad šių šalių gerąją praktiką būtų galima perimti ir pritaikyti Lietuvoje.

Tyrimo problema: kokios galimybės yra įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje? Tyrimo objektas – skaitmeninių paslaugų mokestis. Tyrimo tikslas – teoriniu ir praktiniu požiūriu išanalizuoti skaitmeninių paslaugų mokestį ir jo administravimą. Tyrimo uždaviniai: 1) išanalizuoti skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį ir koncepciją; 2) atlikti skaitmeninių paslaugų mokesčio teisinę analizę; 3) atlikti skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizę; 4) atlikti nacionalinių teisės aktų, sudarančių prielaidas įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, analizę; 5) ištirti ekspertų požiūrį į skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimą Lietuvoje; 6) nustatyti tikėtiną pajamų, surenkamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje, dydį. Duomenų rinkimo metodai: mokslinės literatūros sisteminimas, analizė, palyginimas; aktualių dokumentų ir teisės aktų rinkimas; ekspertinis pusiau struktūrizuotas interviu (kokybinio tyrimo strategija). Duomenų analizės metodai: dokumentų ir teisės aktų kokybinė turinio analizė; pusiau struktūrizuoto interviu kokybinė turinio analizė bei interpretavimas; lyginamoji gautų duomenų analizė.

Atlikus tyrimą, nustatyta, kad Lietuvoje išskyla dvi perspektyvos – arba įvesti nacionalinį skaitmeninių paslaugų mokestį, arba laukti, kol toks mokestis bus priimtas ES mastu arba globaliai ir tada jungtis prie jo. Lietuvai būtų geriausiai palaukti kelerius metus ir tada priimti galutinį sprendimą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio. Juolab, kad dėl neskubėjimo įvesti tokį mokestį pasisakė dauguma ekspertų. Jeigu ir tuomet nebus priimtas ES susitarimas dėl visuotinio skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo (kelerių metų bėgyje), vertėtų Lietuvai svarstyti apie nacionalinio mokesčio įvedimą ir taikymą.

Pirmame skyriuje analizuojamas skaitmeninio verslo apmokestinimo keitimo poreikis, pateikiama skaitmeninių paslaugų mokesčio koncepcija ir teisinė analizė, atliekama skaitmeninių paslaugų mokesčio administravimo analizė. Antrame skyriuje pateikiama skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje tyrimo metodologija. Trečiame skyriuje pateikiami skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuvoje tyrimo rezultatai. Darbo pabaigoje formuluojamos išvados ir pateikiamos rekomendacijos dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo Lietuvoje.

Kliauga, M. (2023). *Digital services tax and its administration* (master's thesis). Vilnius: Mykolas Romeris University.

SUMMARY

The new digital services tax in the European Union is applied from January 1, 2020, using a fixed rate of 3 percent, as recommended. rate on gross revenue derived from certain digital services. Therefore, it is relevant to study how the digital services tax is used in various countries, so that the good practices of these countries can be adopted and applied in Lithuania.

Research problem: what are the possibilities of introducing digital services tax in Lithuania? The subject of the investigation is the digital services tax. The aim of the research is to analyze the digital service tax and its administration from a theoretical and practical point of view. Research tasks: 1) to analyze the need and concept of digital services tax; 2) to perform a legal analysis of the digital service tax; 3) to perform an analysis of the digital service tax administration; 4) to perform an analysis of the national legal acts that constitute the prerequisites for the introduction of digital services tax in Lithuania; 5) to examine the experts' approach to the introduction of digital services tax in Lithuania; 6) to determine the expected amount of income collected from digital services tax in Lithuania. Data collection methods: systematization, analysis, comparison of scientific literature; collection of relevant documents and legal acts; expert semi-structured interview (qualitative research strategy). Data analysis methods: qualitative content analysis of documents and legal acts; qualitative content analysis and interpretation of a semi-structured interview; comparative analysis of the obtained data.

After conducting the research, it was found that two perspectives emerge in Lithuania – either to introduce a national tax for digital services, or to wait until such a tax is adopted at the EU level or globally and then join it. It would be best for Lithuania to wait a few years and then make a final decision on the digital services tax. Especially since the majority of experts spoke out for the lack of haste to introduce such a tax. If even then the EU agreement on the universal application of digital services tax is not adopted (within a few years), Lithuania should consider introducing and applying a national tax.

The first chapter analyzes the need to change digital business taxation, presents the concept and legal analysis of the digital service tax, and analyzes the administration of the digital service tax. The second chapter presents the research methodology of digital services tax in Lithuania. The third chapter presents the results of the research on digital services tax in Lithuania. At the end of the paper, conclusions are formulated and recommendations are presented regarding the introduction of digital services tax in Lithuania.

PRIEDAI**1 priedas. Interviu klausimynas**

Gerb. Eksperte,

Esu Mykolo Romerio Universiteto magistrantūros studijų studentas. Rengiu magistro baigiamąjį darbą skaitmeninių paslaugų mokesčio tema. Tyrimo tikslas – įvertinti skaitmeninių paslaugų mokesčio galimybes Lietuvoje. Prašau Jūsų dalyvauti interviu ir atsakyti į klausimus, skaitmeninių paslaugų mokesčiu Lietuvoje. Interviu rezultatai bus naudojami tik šiame baigiamajame darbe.

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę
2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?
3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?
4. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?
5. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?
6. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Dėkojame už atsakymus!

2 priedas. Interviu protokolai

Pirmojo interviu protokolas

Kodinis eksperto pavadinimas – E01

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.

Žinoma, yra. Daug paslaugų šiuo metu persikelia į viešąją erdvę, tačiau bėda yra ta, kad ne viskas „žengia koja kojon“ – ne taip gerai yra ištobulinta teisinė sistema, nepapildyti teisės aktai, mokesčių įstatymai šiuo klausimu, ne taip paprasta yra spręsti mokesčių problemas skirtingais klausimais. Lietuva, tame tarpe ir kitos šalys, nori gauti mokesčius už vietines skaitmenines paslaugas, už reklamą, išplatintą tam tikrai auditorijai. Jei paslaugas perka Lietuvos rinka, natūralu, kad užsakovas nori uždirbti iš to, tačiau mokesčius ir turi mokėti pats užsakovas.

2. Kodėl taip manote?

Mano nuomone, tai yra teisinga praktika, kadangi šalys gauna apmokestinimą už veiklas skaitmeninių paslaugų, o tuo pačiu ir jos tiekėjai įsipareigoja teikti kokybiškas paslaugas, už kurių tiekimą konkrečiai rinkai turi susimokėti mokesčius. Pvz.: „Facebook“ reklama, „Meta platforms“ išrašo sąskaitas net tik pasaulinėms, bet ir lietuviškoms įmonėms, todėl yra normalu, kad šalis gauna mokesčius už veiklos vykdymą toje šalyje.

3. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?

Žvelgiant pagal reklamos sklaidą, per kokius šaltinius yra skleidžiama reklama, tai subjektai (mokesčių inspekcija) ir turėtų teikti visą reikalingą informaciją apmokestinimo klausimu. Iš tokių dalykų turėtų gimti visi teisės aktai, kuomet šalis susiduria su situacija, kuri yra nauja ir neturi precedento, ir kuriam reikia teisinio reglamentavimo. Tai labai sudėtinga sistema, negalima absoliučiai teigti, kad iki šiol nėra nieko padaryta skaitmeninių paslaugų apmokestinimo klausimu, tačiau svarbus dalykas kitas – tos taisyklės, reglamentavimas Lietuvoje nėra pakankamai veiksnūs ir efektyvūs siekiant apmokestinti tokias paslaugas. Akivaizdus pavyzdys – šiuo metu VMI jau prašo pateikti duomenis apie visas skaitmeninių paslaugų platformas, kurios atlieka elektroninę prekybą prekėmis ir paslaugomis (informacija turi būti teikiama apie tai, kokias paslaugas ir kam jie teikia). Konkretus tokios įmonės pavyzdys galėtų būti pigu.lt, kurie nuo šiol turės teikti duomenis apie tai, kas, kokiomis prekėmis ir paslaugomis prekiauja jų platformoje, kam teikia tas paslaugas ir ar moka mokesčius Lietuvoje.

4. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?

Tokio kaip skaitmeninio mokesčio, mano nuomone, net nereikėtų taikyti. Įmonės turėtų mokėti mokesčius nuo savo veiklos rezultato, tai jeigu mes sakome, kad įmonė gauna pajamų iš savo teikiamų skaitmeninių paslaugų teikimo, tai nuo tų pajamų ji ir turėtų mokėti mokesčius. Tai turėtų būti apibendrintas PVM, pelno mokestis ir kt., tačiau ne atskiras papildomas skaitmeninių paslaugų mokestis. Kita vertus, gal tokiu būdu būtų paprastesnis skaičiavimas, tačiau vėlgi, viskas turėtų būti paremta tuo, kiek pajamų įmonė sugeneravo per konkretų laikotarpį. Pavyzdžiui, „Meta Platforms“ – kiek jie sugeneravo pajamų konkrečiai iš Lietuvos, tai nuo tos pajamų sumos ir turėtų sumokėti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvai, tačiau tai yra pakankamai keblu.

5. Kokios užsienio šalys labiausiai tikėtai Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?

Labiausiai imponuotų šiuo atveju Amerika, kuri pakankamai pažengusi mokesčių rinkimo klausimu. Tačiau, vėlgi, ir Europa ganėtinai sparčiai juos vėjasi, todėl vienareikšmiško atsakymo negali būti. Kadangi Lietuva priklauso ES, todėl kažkokių atskirų mokesčių mes nelabai ir galime turėti. Dažniausiai mokesčiai ES įvedami bendru sutarimu ir įsigalioja visoje ES. Labai geras pavyzdys ir pamoka yra su kriptovaliutomis, kai vienos šalys įsivedė labai griežtus reikalavimus, kitos tuo tarpu – neturėjo apskritai jokio reglamentavimo, o tai reiškia, kad niekas yra nedraudžiama. Lietuva, norėdama pritraukti specialistų, išmanančių Blockchain technologiją, irgi ilgą laiką neturėjo jokio reguliavimo, tačiau dabar savo nuostatas Lietuva ima keisti. Nereguluoti tokių dalykų negalima, nes tai atveria galimybes sukčiavimui, manipuliacijoms. Kartais atsiranda tokių dalykų, su kuriais valstybė nebūna susidūrusi, taigi natūralu, kad pirmiausiai mes turime reiškinį, o tik paskui mes įvedame reglamentavimą, tačiau ne atvirkščiai.

6. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?

Kaip ir minėjau, nesu linkusi įvesti atskiro skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo. Nauda iš papildomų pajamų mokesčių surinkimo yra akivaizdi – Lietuvos biudžetas generuotų daugiau pajamų, galėtų daugiau padaryti Lietuvos gyventojams, suteikti papildomų paslaugų, o kad visos uždirbamos pajamos turi būti apmokestinamos ir kad tai kiekvienos šalies pareiga yra identifikuoti, kad jos yra uždirbamos toje šalyje ir „pasiimti“ atitinkamus mokesčius, tai yra sena gera taisyklė – tai būtina daryta, nes visos šalys yra suinteresuotos surinkti kuo daugiau mokesčių iš savo šalies. Kartais įmonės ne specialiai nemoka mokesčių savo šalyje, o tiesiog ieško kitų šalių, kuriose tie mokesčiai yra mažesni, kuriose reglamentavimas yra jiems priimtinesnis, kad galėtų lengviau ir pigiau vystyti veiklą. Šis reiškinys yra dažnas pasaulinio garso įmonių mastu.

7. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Sunku pasakyti, bet, manau galima surinkti apie 20-25 mln. eurų tokių pajamų. Mano prielaidos tokios, kad panašiai tiek pajamų surenkama mažose Europos šalyse, kurios įsivedė ar planuoja įsivesti tokį mokestį. Taigi panašiai ir mes tiek galėtume surinkti.

Antrojo interviu protokolas

Kodinis eksperto pavadinimas – E02

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.

Šis poreikis yra objektyvus, nes leistų gauti papildomų pajamų į biudžetą. Be to, tai socialiai teisinga, nes mokesčiai turi būti mokomi ten, kur uždirbamos pajamos. Tačiau Lietuva neturėtų vienašališkai skubintis įvesti tą mokestį. Reikėtų palaukti, kol atsiras Europos Tarybos direktyva arba pasaulinė norma, inicijuota EBPO, kad skaitmeninių paslaugų mokestis taptų visuotinai privalomas. Tada nebūtų jokių problemų dėl jo įvedimo Lietuvoje. Anksčiau buvo panašių problemų su PVM mokėjimu. Verslo subjektai galėjo teikti skaitmenines paslaugas tiesiogiai savo klientams vienoje šalyje, joje nesiregistruojant PVM mokėtoju, o registruojantis kitoje užsienio valstybėje (ten, kur PVM yra nedidelis) ir ten mokėti PVM, o ne toje šalyje, kurioje realiai teikiamos skaitmeninės paslaugos. Buvo priimtas atitinkamas sprendimas ES mastu ir ši problema išsprendė. Dabar Lietuva gauna

nemažai pajamų iš PVM, kurias moka tokie skaitmeninių paslaugų gigantai, kaip „Google“ ar „Apple“. Taigi reikia laikytis tokio modelio kaip PVM.

2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?

Toks mokestis turėtų būti taikomas juridiniams asmenims, užsienio vienetams, kurie nors ir neturi nuolatinės buveinės Lietuvoje, tačiau čia generuoja pajamas ir gauna pelną. Todėl būtų teisinga tą pajamų ar pelno dalį, kuri uždirbama Lietuvoje, apmokestinti. Tai teisinga dėl to, kad mokesčiai turi būti mokama toje šalyje, kurioje realiai gaunama komercinė nauda, o ne iškeliauti į kitą šalį. Dėl teisinės bazės sunku spręsti. Galima arba priimti atskirą įstatymą, pavyzdžiui, skaitmeninių paslaugų mokesčio įstatymą arba atlikti būtinus pakeitimus Pelno mokesčio įstatyme. Pavyzdžiui, įvesti teisinės nuostatas dėl skaitmeninės nuolatinės buveinės, o į užsienio vienetų, kurie moka pelno mokestį, atvejų skaičių įtraukti ir tokią veiklą, kaip tam tikrų skaitmeninių paslaugų teikimas.

3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?

Dėl mokesčio dydžio turėtų būti svarstoma. Bet mano nuomone, optimalus mokestis yra apie 3 procentai. Tai vidurkis nuo ES šalyse taikomų skaitmeninių paslaugų mokesčio dydžio, kuris svyruoja maždaug tarp 1 procento ir 7,5 procentų. Pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos gali būti tokios, kaip nurodyta Tarybos direktyvoje. Tačiau čia yra rizika...

4. Kokia rizika?

...kad daugelis užsienio subjektų tokios ribos gali tiesiog nepasiekti, todėl ir skaitmeninių paslaugų mokesčio jiems Lietuvoje nereikėtų mokėti. Todėl minėtos pajamų ribos galėtų būti kuo mažesnės, kad būtų galima pas mus gauti daugiau pajamų iš minėto mokesčio surinkimo. Mokesčio taikymo sritis – mokestis nuo pajamų šaltinio. Kai juridiniai asmenys perka skaitmenines paslaugas iš užsienio juridinio vieneto (pvz., reklama), yra lengviau „pagauti“, kad jos išmokėdamos atlygį išskaičiuotų tam tikro dydžio mokestį Lietuvai. Visgi gana sunku suvaldyti, kai tokios skaitmeninės paslaugos yra tiesiogiai teikiamos fiziniam asmeniui. Todėl čia reikėtų griežtesnės kontrolės. Reikėtų taikyti mokestį nuo pajamų, uždirbtų Lietuvoje, kaip minėjau.

5. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?

Kai kurios Europos šalys jau sėkmingai naudoja skaitmeninių paslaugų mokestį, nelaukdamas tarptautinių susitarimų, kurie gali užsitęsti. Globalios technologijų įmonės („Google“, „YouTube“, „Meta“) Prancūzijoje, Italijoje, Austrijoje jau moka tam tikro tarifo mokestį, iš to surenkamos nemenkos mokesstinės pajamos minėtose šalyse. Viena vertus, kodėl mes turėtume atsisakyti minėtų pajamų? Iš kitos, pusės, galime išsišokti, kol nėra priimti tarptautiniai privalomi susitarimai. Kalbant dar apie pavyzdines šalis. Žiūrėkite, Italija, Austrija ir Prancūzija naudoja tokį mokestį, nes suvokė, jog iš šių šalių gali išeiti dideli neapmokestinami pinigai, kuriuos čia generuoja globalios technologijų milžinės. Italija, Austrija ir Prancūzija nurodo, kad įsteigus tarptautinę sistemą, jų nacionaliniai mokesčiai bus automatiškai panaikinti, norint, kad nebūtų jokių skirtumų tarp nacionalinio ir tarptautinio skaitmeninių paslaugų teikimo apmokestinimo.

6. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?

Iš vienos pusės, toks skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje būtų naudingas, nes padėtų mūsų šaliai surinkti daugiau mokesčių pajamų. Iš kitos pusės, sunku spręsti, ar reikia skubintis tokį mokestį pas mus įvesti. Iš minėto mokesčio surinktos lėšos mūsų šalyje gali būti orientuotos į piliečių raštingumo didinimą informacinių technologijų sferoje, į žiniasklaidos rėmimą ir pan. Kiek teko

skaityti Finansų ministerijos pranešimą spaudai, tai išankstiniais duomenimis, Lietuva galėtų gauti iki kelių dešimčių milijonų eurų minėto mokesčio lėšų. Tai daug ar mažai, palieku spręsti kitiems.

7. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Manau galima surinkti apie 17-30 mln. eurų tokių pajamų. Aš remiuosi minėtu Finansų ministerijos pranešimu spaudai. Be to, analogiškai tiek planuojama surinkti ir Latvijoje. Tai, manau ir pas mus galėtų būti panašiai surenkama tų pajamų.

Trečiojo interviu protokolas

Kodinis eksperto pavadinimas – E03

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.

Sakyčiau, kad toks poreikis būdingas ne tik Lietuvai, bet apskritai daugeliui ES šalių. Juk problema ta pati visose šalyse. Tai tiek europinė, tiek globali problema. Didžiausi skaitmeninių paslaugų teikėjai turi savo nuolatinės buveines JAV, vis daugiau – ir Kinijoje. Dabar susidariusi tokia situacija, kad užsienio vienetai nesiregistruoja toje šalyje, pavyzdžiui, Lietuvoje, kurioje uždirba pinigus. Šie užsienio vienetai generuoja pajamas ir pelną iš skaitmeninės reklamos, internetinių žaidimų, kitų skaitmeninių paslaugų, bet nemoka jokių mokesčių. Tai yra neteisinga. Todėl būtina priimti skaitmeninių paslaugų mokestį Lietuvoje, kad būtų išlygintas disbalansas tarp to, kai pajamos uždirbamos vienoje šalyje, o mokesčiai mokami kitoje šalyje, kurioje yra verslo subjekto nuolatinė buveinė. Aišku, čia yra ir išlygų. Pavyzdžiui, PVM Lietuvoje turi mokėti ir tie užsienio vienetai, kurie Lietuvoje neturi nuolatinės buveinės. Tokie vienetai turi būti įsiregistravę mūsų šalyje PVM mokėtojais, tačiau bėda ta, kad ne visi užsienio verslo subjektai, teikiantys skaitmenines paslaugas Lietuvoje, čia ir registruojasi PVM mokėtojais. Reikia, kad skaitmeninių paslaugų mokestis būtų priimtas bendrai ES lygiu.

2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?

Su reglamentavimu ir administravimu gali kilti tam tikrų rimtų problemų. Jeigu pačios Lietuvos iniciatyva būtų įvestas toks mokestis, neaišku, ar atsipirktų jo įvedimo ir administravimo kaštai. Tokio mokesčio patvirtinimas, įsteigimas ir administravimas iš tikrųjų yra brangus dalykas. Nereikia atmesti to, kad gali būti pasiekta tokia situacija, kai teisės aktų išleidimo, skaitmeninių paslaugų mokesčio sistemos suformavimo, mokesčio administratoriaus darbo kaštai Lietuvoje gali būti netgi aukštesni nei surinkto skaitmeninių paslaugų mokesčio apimtis. Todėl čia viską reikia gerai apgalvoti, išdiskutuoti ir tik tada priimti galutinį, bet teisingiausią sprendimą.

3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?

Skaitmeninių paslaugų teikimas yra specifiskas tuo atžvilgiu, kad pajamas jis gali gauti bet kurioje pasaulio vietoje, kai teikėjas turi fizinę atstovybę tik vienoje valstybėje. Todėl, manau, reikėtų apmokestinti tokios įmonės pajamas, jeigu jos gaunamos Lietuvoje, neturint čia fizinės buveinės ir tai padaryti taip, kaip tai nustatyta Tarybos direktyvoje. Mokesčio dydis galėtų būti 3-5 procentai, nes iš skaitmeninių paslaugų technologijų korporacijos generuoja daug pridėtinės vertės ir gauna milžiniškus

pelnus. Yra šalių, kur naudojami ir didesni tarifai (pavyzdžiui, Vengrija, Turkija), tai siūlomas tarifas nėra per didelis. Kiek žinau, Latvijos Parlamentas priėmė svarstyti įstatymo projektą, kuriuo siūloma įvesti skaitmeninių paslaugų mokestį. Jame siūloma, kad 3 procentų tarifas bus pritaikomas globalioms technologijų korporacijoms, kurių metinės globalios pajamos yra virš 750 mln. eurų, o pajamos Latvijoje sudaro nuo 100 tūkst. iki 500 tūkst. eurų. Tai tokias pajamų ribas mes ir pas save galėtume nusistatyti.

4. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?

Toli nereikia eiti. Latvija, kaip jau sakiau, planuoja priimti tokį įstatymą. Kiek tolimesniuose savo planuose ir savo vizijose tokį mokestį mato ir Estija. Todėl mes turime neatsilikti nuo šių šalių, o kaip tik gal tapti tokio mokesčio pioniere tarp jų. Nors vėlgi labai skubėti gal ir nevertėtų.

5. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?

Padėtų surinkti daugiau pajamų. Tai savaime aišku. Pavyzdžiui, Ispanija per vienerius finansinius metus iš skaitmeninių paslaugų mokesčio surenka apie 1 mlrd. eurų. Prancūzija pas save yra pasiskaičiavusi, kad skaitmeninių paslaugų mokestis nacionalinį biudžetą kasmet papildo apie puse milijardo eurų. Taigi nauda yra išreikšta per papildomus finansinius išteklius ir tikrai apčiuopiama. Arba imkime tą pačią mūsų kaimynę. „Primus Derling“ tyrimas atskleidė, kad Latvijoje įdiegus 3 procentų dydžio skaitmeninių paslaugų mokestį, kiekvienais metais būtų galima papildomai surinkti 17–30 mln. eurų. Taigi panašiai tiek mes galėtume gauti ir Lietuvoje. Jeigu pas mus būtų 5 procentų tarifas, kaip siūlau aš, tai gautume dar daugiau. Visgi minėto įstatymo dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio priėmimas Latvijoje yra šiuo metu užstrigęs (šypsosi ir susimąsto). Tačiau dėl paties mokesčio įdiegimo gal vis tik reikėtų palaukti, kol nebus visuotino sprendimo. Didžiosios Europos valstybės, tokios kaip Jungtinė Karalystė ar Prancūzija, yra pilnai pajėgios vienašališkai įsivesti skaitmeninių paslaugų mokestį, bet tokio nedidelė šalis kaip Lietuva vargu ar vienašališkai tą galėtų padaryti – ji neatlaikytų diplomatinio spaudimo iš tų užsienio šalių, kuriose verslas turi savo nuolatines buveines ir kuriose realiai yra mokami visi reikiami mokesčiai.

6. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Pasikartosiu. „Primus Derling“ tyrimas įrodė, kad Latvijoje įdiegus 3 procentų dydžio skaitmeninių paslaugų mokestį, kasmet būtų galima surinkti 17–30 mln. eurų. Taigi panašiai tiek mes galėtume gauti ir Lietuvoje. Jeigu pas mus būtų 5 procentų tarifas, kaip siūlau aš, tai gautume dar daugiau.

Ketvirtojo interviu protokolas
Kodinis eksperto pavadinimas – E04

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.

Pastaruosiu metu daugelis pasaulio valstybių vis garsiau kalba apie objektyvų skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį. 2021 metais Romoje daugiau nei 130 pasaulio valstybių lyderiai priėmė sprendimą, kad tarptautiniu mastu veikiančios kompanijos turėtų mokėti mokesčius visose valstybėse, kuriose vykdo savo veiklą, o ne vien tose šalyse, kur tos kompanijos yra įregistruotos ir turi savo

nuosavą buveinę. Tokios mokestinės krypties, manau, turėtų laikytis ir Lietuva, priimdama atitinkamą įstatymą dėl skaitmeninių paslaugų mokesčio įvedimo, nes toks mokestis yra šių dienų tarptautinių politinių tendencijų dalis.

2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?

Reikėtų atitinkamuose teisės aktuose keisti nuostatas dėl nuolatinės buveinės taisyklės. Šiuo atveju Tarybos direktyvoje siūlomas skaitmeninės nuolatinės buveinės terminas. Kaip žinia, vietiniam verslo subjektui, norinti teikti skaitmenines paslaugas užsienio šalyse, dažniausiai nereikia materialinių išteklių – personalo, patalpų, ofiso. Taigi, užsienio šalys, kuriose tas paslaugų teikėjas teikia skaitmenines paslaugas, nelabai gali jį apmokestinti, nes jis jose neturi nuolatinės buveinės. Todėl skaitmeninio verslo apmokestinimas, susiejant jį su nuolatinė buveine, kalbant konkrečiai apie skaitmeninių paslaugų mokestį, yra nenašus ir nelogiškas. Šiuo atveju toms užsienio šalims reikėtų apmokestinti pajamas, kurias tose šalyse uždirbo skaitmeninių paslaugų teikėjas. Kaip minėjau, nuolatinės buveinės reikalavimą turi pakeisti ar papildyti skaitmeninės buveinės reikalavimas.

3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?

Standartinis tarifas gali būti 3 procentai.

4. Kodėl?

Toks tarifas dažniausiai taikomas tose Europos šalyse, kuriose mokestis jau įvestas. Pasaulinė pajamų riba – tokia, kaip nustatyta direktyvoje, tai yra 750 mln. eurų. Apmokestinta galėtų būti daug kas, kaip kitose šalyse – vartotojų duomenų pardavimas, pajamos iš internetinės reklamos, audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos, komerciniai garso ir vaizdo pranešimai vaizdo dalijimosi platformose, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata, socialinės žiniasklaidos platformos ir pan.

5. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?

Kiek žinau, 3 procentų skaitmeninių paslaugų mokestis Prancūzijoje yra įvestas nuo 2019 metų pradžios. Italijoje tokis mokestis renkamas nuo 2020 metų. Skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifu apmokestinama užsienių firmų apyvarta, gauta per skaitmeninių paslaugų teikimą minėtose rinkose. Austrijoje mokestis pradėtas taikyti tais pačiais metais, kaip ir Italijoje, bet jis šiek tiek didesnis ir sudaro 5 procentus. Čia apmokestintos internetinės reklamos paslaugos. Taigi, taikomi skirtingi mokesčių tarifai ir apmokestinimo objektai, todėl reikėtų pasiimti tai, kas yra geriausio minėtose šalyse.

6. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?

Kaip rodo praktika, tokie tarptautinės veiklos gigantai, kaip „Google“, „Facebook“ ar tas pats „Youtube“ pakartotinai pateikdami mūsų šalies naujienų portalų parengtą originalų turinį, tokį kaip autoriai straipsniai, įvairūs video reportažai ir pan., papildomai uždirba Lietuvoje, tačiau už tai nemoka jokių mokesčių. Jeigu būtų įvestas skaitmeninių paslaugų mokestis, manau, mūsų šalis iš to tik laimėtų, nes iš tokio mokesčio surinktos mokestinės lėšos liktų Lietuvoje ir padėtų joje generuoti daugiau pridėtinės vertės.

7. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Pajamos priklauso nuo to, ką apmokestinsime ir koku tarifu. Todėl jos gali labai varijuoti ir tikslų skaičių čia išvesti sunku. Bet aš sakyčiau, kad būtų galima surinkti apie 20 mln. eurų. Mano prielaidos paremtos tuo, kad daug pajamų nesurinksime dėl to, kad pas mus nėra labai daug tų stambių skaitmeninių paslaugų teikėjų, kurie daug uždirbtų pajamų grynai Lietuvoje. Na, imkime, pavyzdžiui, tai Facebook, Youtube, Instagram, Netflix ir pan. Viskas priklauso labai nuo to, kokią vietinių pajamų ribą mes nustatysime. Jeigu kartelė bus nuleista žemai, tai ir pajamų bus galima surinkti daugiau. Daugiau būtų galima surinkti ir tada, jeigu apmokestinamų veiklų spektras būtų išplėstas. Tai yra apmokestinta būtų ne tik interneto reklama, bet ir vartotojo duomenų perdavimas, užsakomųjų vaizdo paslaugų prenumerata, socialiniai tinklai ir t. t.

Penktojo interviu protokolas

Kodinis eksperto pavadinimas – E05

1. Įvertinkite skaitmeninių paslaugų mokesčio poreikį Lietuvoje? Pagrįskite savo nuomonę.

Manau, toks poreikis pamažu bręsta. Manau, jau po kelerių metų bus bendras europinis susitarimas dėl visuotino ir privalomo tokio mokesčio taikymo Europos Sąjungoje.

2. Kaip turėtų būti reglamentuojamas ir administruojamas skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Ką reikėtų keisti Lietuvos teisinėje bazėje?

Kad reikėtų keisti Lietuvos teisinę bazę, tai taip. Dabar mūsų šalyje tokie užsienio verslo subjektai yra apmokestinami tik pagal bendras pelno mokesčio taisykles, kai mokesčius į biudžetą sumoka įprastinės įmonės, kurios turi nuosavą buveinę ir mūsų šalies teritorijoje generuoja vertę. Visgi tai iškreipia rinką ir nėra socialiai teisinga vietinio mūsų šalies verslo požiūriu, kuris sąžiningai vykdo savo veiklą (kad ir teikia tas pačias skaitmenines paslaugas) ir moka mokesčius. Todėl reikėtų pelno mokesčiu apmokestinti tuos tarptautinius milžinus, kurie kuria mūsų šalyje vertę, nežiūrind to, kad čia neturi nuosavos būstinės. Tam, manau, reikia priimti atitinkamus pakeitimus Pelno mokesčio įstatyme. Šalia nuosavos būstinės sąvokos būtina pateikti ir skaitmeninės buveinės sąvoką. O skaitmeninių paslaugų mokestis turėtų būti lygiai taip administruojamas, kaip ir kiti mokesčiai, PVM ar tas pats pelno mokestis. Tuo turėtų užsiimti Valstybinė mokesčių inspekcija.

3. Koks turėtų būti naudojamas skaitmeninių paslaugų mokesčio tarifas? Kokios turėtų būti nustatytos pasaulinės rinkos ir vidinės rinkos pajamų ribos? Kokios turėtų būti mokesčio taikymo sritys?

Čia diskutuotinas dalykas – tai turi nuspręsti Lietuvos politikai. Aš siūlyčiau tokį patį, kaip planuojamas Latvijoje, t. y. 3 proc. Mūsų rinkos dydis ir veiklos sąlygos labai panašios, todėl ir mokesčio dydis galėtų būti toks pats.

4. Ką dar galite pridurti?

Reikia pažymėti, kad Tarybos direktyva nesiekia derinti pelno mokesčio tarifų ES, todėl kiekviena ES valstybė narė pati gali nustatyti kokį nori skaitmeninių paslaugų mokesčio dydį (tarifą). Kitaip sakant, ES šalys, perkeldamos minėtą Tarybos direktyvą į nacionalinę teisę, turi pačios priimti sprendimus dėl to, koks tarifas joms yra optimalus ir būtų taikomas tiems užsienio verslo subjektams, kurių teikiamų skaitmeninių paslaugų vartotojai realiai yra tos šalies piliečiai.

5. Kokios užsienio šalis labiausiai tiktų Lietuvai įvedant ir administruojant skaitmeninių paslaugų mokestį? Kodėl taip manote?

Mūsų valstybė galėtų numatyti panašų reglamentavimą, kaip tai yra atlikusios kitos šalys, jau įdiegusios tokią naujovę. Kalbu apie Italiją, Austriją, Belgiją, Čekiją ir kt. Mūsų šalyje skaitmeninių paslaugų mokestį turėtų mokėti tos užsienio firmos, kurių bendra pasaulyje gautų pajamų suma per vienerius metus yra daugiau kaip 750 mln. eurų, o Europos Sąjungoje – daugiau kaip 50 mln. eurų. Manau, tai logiška riba.

6. Kuo naudingas būtų skaitmeninių paslaugų mokestis Lietuvoje? Kokios, Jūsų nuomone, būtų skaitmeninio paslaugų mokesčio įdiegimo pasekmės Lietuvoje? Kodėl taip manote?

Šiuo atveju galime imti pavyzdinį atvejį – tarptautinę, globaliai veikiančią korporaciją „Netflix“. Čia galima hipotetiškai nustatyti, kokią finansinę naudą gautų mūsų šalis, jeigu būtų apmokestintos „Netflix“ pajamos ar pelnas, kurie yra uždirbami mūsų šalies teritorijoje. „Netflix“ neturi nuolatinės buveinės Lietuvoje. Ji turi nuolatinę buveinę Vengrijoje. Taigi, pagal viską ji ten ir moka mokesčius. Tačiau ši kompanija dalį pajamų uždirba ir Lietuvoje, tai yra čia patiria komercinės naudos, tačiau Lietuva iš to nieko negauna, nes mokesčiai nukeliauja į minėtą Vengriją. „Netflix“ Vengrijoje sumoka standartinį 9 procentų pelno mokestį, nežiūrint to, kad šios firmos skaitmeninės paslaugos teikiamos ir kitose Europos valstybėse. Panaudojus 2018 metų Tarybos direktyvą, gautume tokią situaciją, kad iš skaitmeninių paslaugų gavėjų Lietuvoje uždirbtas pelnas būtų apmokestintas jau mūsų šalyje, o ne toje valstybėje, kurioje yra „Netflix“ nuolatinė buveinė (turima omenyje Vengrija). Vadinasi, mūsų šalis realiai gautų savo dalį pelno mokesčio, dėl to kažkiek didėtų mūsų biudžeto pajamos iš minėto mokesčio surinkimo. Tarkime, Netflix“ turėdama kokius 150 000 vartotojų mūsų šalyje, pagal direktyvą, už pajamas, sugeneruotas Lietuvoje iš šių vartotojų, mokesčius mokėtų būtent pas mus, „Netflix“ Lietuvoje turėtų turėti skaitmenizuotą buveinę, kuri apibūdinta Tarybos direktyvoje. Iš tų Lietuvos vartotojų uždirbtų pajamų susidarytų nemaža suma, mokėtina Lietuvai, ir ji, mano vertinimu, siektų milijonus. Taigi, iš skaitmeninių paslaugų mokesčio Lietuva išloštų, nes dabar iš šios srities, šio „tamsaus lauko“ mūsų šalis negauna išvis jokių mokestinių pajamų.

7. Kiek, Jūsų vertinimu, Lietuva per finansinius metus galėtų surinkti mokestinių pajamų iš skaitmeninių paslaugų mokesčio taikymo? Pateikite prielaidas, kuriomis remiatės pateikdami savo prognozes.

Kaip sakiau, vien iš „Netflix“ galima surinkti keletą milijonų eurų. Manau, būtų galima mūsų šalyje pasiekti kokių 30 mln. eurų ribą. Kuo remiuosi, pateikdamas tokią prognozę? Galima imti kad ir, tarkime, kaimyninių šalių analogijas – Latviją ar Estiją. Tai planuojama ten surinkti panašiai tų mokestinių pajamų. Estijoje kažkiek mažiau, bet Latvijoje tai labai panašiai. Su didelėmis šalimis Lietuvą lyginti gal būtų nekorektiška, nes jų ekonomikos daug didesnės ir skaitmeninių paslaugų teikimo mastai iš užsienio vienetų daug didesni.
